



**UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.**

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL
DESARROLLO DE LA COMUNA BARCELONA- PARROQUIA
MANGLARALTO DEL CANTÓN SANTA ELENA EN EL ÚLTIMO
PERIODO ANUAL AÑO 2010-2011**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA:

FAVIOLA JANNINA ARIAS GONZABAY

ASESOR:

SOCIÓLOGO HUGO HENEMEREJILDO

LA LIBERTAD-ECUADOR

NOVIEMBRE2011

DEDICATORIA

Con amor y profunda humildad, al ver concretado mi sueño dedico este trabajo de investigación a mi familia, razón de mis cotidianas luchas.

Mi esposo, amigo y compañero, Jhon Manuel Cochea Salinas, a mi adorada Nataly, a mis adorados John, Jonathan y Alejandro, por el tiempo que les falté para conquistar el anhelo de mi vida.

A mis padres que tanto amo, Delia y Luis a mis queridos hermanos Eloy que está en el cielo, Laura, Gustavo, Daniel y Zoila, quienes siempre fueron el puntal que mantuvo viva la confianza en mí y me animaron a continuar este arduo camino sin desmayar ,del que hoy recojo el fruto y hago realidad.

Faviola Arias G

AGRADECIMIENTO

Agradezco al hacedor de las cosas y dueño de todo lo que existe en es bello mundo Jehová-Dios, por darme la vida, salud e inteligencia, elementos necesarios para que las personas logremos nuestras metas como me las ha concede hoy.

A mi entrañable amigo, Germán Francisco Basurto Villa, quien me dio la oportunidad y me impulsó a tomar este reto, por su confianza, sus sabios consejos y enseñanzas que fueron un complemento para enriquecer mis conocimientos y avanzar con éxito a la conquista de mi anhelado sueño.

A la Universidad Estatal Península Santa Elena, a la Carrera de Comunicación Social, por darme la oportunidad de ser parte del alumnado, a mis estimados maestros por compartir sin reservas sus conocimientos.

A los comuneros y amigos de Barcelona por su apoyo incondicional para elaborar este trabajo de investigación.

Una vez más a mi familia y amigos que sin ellos el camino no se habría iluminado para ser una profesional de la Comunicación Social.

Faviola Arias G

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Certificado del tutor.....	iv
Índice general.....	v
Lista de tablas y gráficos.....	ix
Lista de anexos.....	x
Resumen.....	xi

Introducción	1
Tema.....	2
Antecedentes	2
El problema.....	4
Planteamiento del problema	7
Formulación del problema	7
Justificación	8
Objetivos de la investigación	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos:	10
Señalamiento de la hipótesis	10
Identificación de las variables	10
Matriz de operacionalización de variables.....	11

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

La importancia de la comunicación en la organización	13
Organizaciones humanas	14
Gestión de los procesos comunicativos.....	15
La iniciativa ciudadana como una praxis política	16
Relación entre libertad y relación	19
Una formulación del imperativo categórico kantiano.....	19
Desarrollo de competencias comunicacionales	20
Fundamentos teóricos de la comunicación interna	30

Pasos de la función afectiva de la comunicación	35
Perspectiva de los enfoques de la comunicación	38
Comunicación Interna	38
Comunicación externa	38

UNIDAD II

MARCO REFERENCIAL.....	31
-------------------------------	-----------

UNIDAD III

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	33
---------------------------------------	-----------

Acerca de la asertividad generativa	33
Características del concepto de asertividad generativa	35
Conocimiento	36
Actitud.....	36
Autoestima	36
El aprendizaje	37
Nivel de respuestas comportamental.....	37
Nivel de respuestas emocional	37
Nivel de respuesta cognitivo	39

UNIDAD IV.

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES.....	41
--------------------------------------	-----------

Cultura organizacional	41
Encuesta	41
Entorno	41
Entrevista.....	41
Identidad de las organizaciones.....	42
Imagen institucional	42
Imagen interna	42
Misión	43
Planificación.....	43
Políticas estratégicas	43
Organizacional:.....	43
Paradigmas:.....	44

UNIDAD V.**FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....45**

Ley de Ejercicio profesional del Periodista	45
Constitucion del Ecuador del 2008	45
Capítulo primero	45
Inclusión y equidad	45
Articulo 340	46
Articulo 341	46
Sección Quinta.....	47
Cultura Art. 377	47
Sección septima	47
Comunicación social	47
Artículo 384:.....	47
Sección octava:.....	48
Ciencia, tecnología y saberes ancestrales:.....	48
Artículo 387:.....	48

CAPÍTULO II.**METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Métodos de investigación a utilizar	49
Etapas a seguir del método científico	49
¿Qué es la observacion?	50
Por el proposito.....	50
Por el lugar.....	50
Por la profundidad.....	50
Población y muestra	50
Población o universo.....	50
Muestra	51
Formula.....	51
Simbología:	51
Fases de la investigación:.....	52
Técnicas o instrumentos para la investigación	52
Instrumentos de recopilación de datos	53
Técnicas	53
Instrumentos:	53
Procesamientos de la investigación:.....	53

CAPÍTULO III.
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Procesamiento y análisis	54
Resultados de la encuesta realizada a los pobladores de la comuna Barcelona.....	56
Conclusiones y recomendaciones	66
Conclusiones:	66
Recomendaciones	67

CAPÍTULO IV.
LA PROPUESTA

Titulo	68
Elaboración de un manual de comunicación organizacional	68
Justificación	68
Diagnostico	69
Fundamentación teórica de la propuesta	70
Objetivo de la propuesta	75
Objetivo específico	75
Factibilidad de la propuesta	76
Financiera	76
Técnica	77
Legal	77
Política	77
Descripción de la propuesta	78
Impacto	79
Bibliografía	81
Anexos	82
Anexo 1. Modelo de la encuesta.....	83
Anexo 2 Manual de Comunicación Organizacional.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas No. 1	56
Tablas No. 2	57
Tablas No. 3	58
Tablas No. 4	59
Tablas No. 5	60
Tablas No. 6	61
Tablas No. 7	62
Tablas No. 8	63
Tablas No. 9	64
Tablas No. 10	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.....	56
Gráfico No. 2.....	57
Gráfico No. 3.....	58
Gráfico No. 4.....	59
Gráfico No. 5.....	60
Gráfico No. 6.....	61
Gráfico No. 7.....	62
Gráfico No. 8.....	63
Gráfico No. 9.....	64
Gráfico No. 10.....	65

Tema: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA COMUNA BARCELONA – PARROQUIA MANGLARALTO DEL CANTÓN SANTA ELENA EN EL ÚLTIMO PERIODO ANUAL DEL AÑO 2010-2011.

AUTORA: Faviola Janina Arias Gonzabay.
TUTOR: Sclgo. Hugo Hermenejildo

RESUMEN

El presente trabajo investigativo conlleva a entender la comunicación como oportunidad de encuentro con el otro, plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, porque es allí donde la comunicación tiene su razón de ser, ya que es a través de ella como las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones. Todas las relaciones que se dan entre los miembros de una organización se establecen gracias a la comunicación; en esos procesos de intercambio se asignan y se delegan funciones, se establecen compromisos, y se le encuentra sentido a ser parte de aquella. En la que se predicen e interpretan comportamientos, se evalúan y planifican estrategias que movilicen el cambio, se proponen metas individuales y grupales en un esfuerzo conjunto, de beneficio común a través de una comunicación motivada, consentida y eficaz. Este trabajo trata de apoyar a los directivos de la Comuna Barcelona la forma de priorizar dentro de su estructura organizacional un sistema de comunicaciones e información que dinamice los procesos que a nivel interno vivifican la entidad y la proyectan hacia su área de influencia y desarrollo de la misma. Dentro de la provincia hay muchas poblaciones postergadas de una ayuda de conocimiento para el manejo de una excelente organización para mejores condiciones de vida dentro de su comunidad se pudo observar en el proceso de la investigación la carencia de estrategias comunicativas al interior de la institución, la falta de canales o la subutilización de los mismos. Por otra parte, son indispensables para que no se pierda la coherencia entre las acciones que se realizan dentro de la institución con la realidad del entorno por lo que para resolver este problema se diseñará un manual de estrategias comunicacionales para su aplicación.

TRIBUNAL DE GRADO

Abg. Carlos San Andrés Restrepo
DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

Lic. Milton González Santos
DIRECTOR DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Scigo. Hugo Hermenejildo
TUTOR

Ing. Carlos Sáenz Ozaeta
Profesor del Área

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL- PROCURADOR

INTRODUCCIÓN

La comunicación es vital en el mundo en que nos movemos. Es lo que nos permite cocernos mutuamente, mostrarnos y demostrarnos de manera tan diferente sin perder autenticidad. Desde esta perspectiva nos revelamos como pensamiento y acción, como sentimiento y memoria como imagen e imaginario.

Comprender la comunicación como un proceso permanente de transmisión y recepción de valores, actitudes, acciones e ideas, nos permite crecer y desarrollarnos como grupo y organizaciones ya que tiene la firme convicción de superar las adversidades y de alcanzar más dignidad en favor de la vida.

Para ello, resulta necesario contar con algunos instrumentos que posibiliten la viabilidad de estos procesos por lo que es necesario realizar el presente trabajo de investigación el mismo que está estructurado en cuatro capítulos que se detallan a continuación.

En el primer Capítulo se hace referencia del Marco Teórico, que está compuesto de Marco Referencial, Marco Científico y Marco Legal.

En el segundo Capítulo se enuncia La Metodología de la investigación, la misma que se aplica en el trabajo de investigación.

En el Capítulo tercero se refiere al análisis, tabulación de las encuestas y además se establece las conclusiones y recomendaciones.

En el cuarto Capítulo se presenta la propuesta del trabajo el mismo que se permitirá fortalecer el desarrollo de políticas de comunicaciones en las organizaciones.

TEMA

La comunicación organizacional y sus incidencia en el desarrollo de la comuna Barcelona parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena en el último periodo anual 2010-2011.

ANTECEDENTES

Pese a lo relativamente nuevo de las investigaciones en relación a la Comunicación en las Organizaciones, es un tema que en pocos años ha despertado un gran interés por parte de los grupos sociales, de las organizaciones, empresarios y gerentes interesados en mejorar los procesos de interacción, y en general para todos aquellos que de una u otra manera, en sus actividad cotidiana, ejercitan la comunicación, que va desde directores de organizaciones escolares, coordinadores, supervisores, facilitadores y participantes, como factor fundamental de sus relaciones interpersonales.

El tema de la comunicación, como parte del desarrollo social, es extenso y variado, está asociado a las teorías del aprendizaje, a los ritos, roles, reglas de las relaciones interpersonales, a las dinámicas y procesos de grupo, a los factores que intervienen en las estructuras, funciones, efectos e influencias de los llamados Medios de Comunicación de Masas, a las recientes Tecnologías de Información y Comunicación, al tema de la comunicación intercultural, a las interpretaciones psicosociales del comportamientos no verbal en la comunicación diaria, a los mecanismos de control social que mediante la comunicación persuasiva ejercen ciertas instituciones de carácter político, publicitario, religiosos y educativo, sobre el comportamiento social de los individuos y grupos, y en definitiva, a todos los procesos de comunicación asociados con el desarrollo sociocultural y conductuales que sirvan para el mantenimiento o transformación de determinadas estructuras sociales.

Los seres humanos como entes sociales, están en permanente interacción con el ambiente, el cual está constituido por todo lo que nos rodea, y las formas como procesamos la información de este entorno sobre nosotros lo identificamos como comunicación, ya que corresponde a un procesos de intercambio de valoraciones que finalmente se traducen en conductas.

Además se considera a las organizaciones, como sistemas sociales, responsables de la consecuencia de sus decisiones y acciones por lo cual deben equilibrar la influencia del entorno con sus responsabilidades, para satisfacer sus necesidades sociales.

Por lo expuesto resulta imprescindible entender a las personas las mismas que constituyen el sistema interno y social de la organización y que se presentan complejas y que desafían toda comprensión. No obstante la sociedad deba entender a las organizaciones y utilizarlas de la mejor manera posible, porque son necesarias para lograr los beneficios del progreso de la civilización.

Para el éxito de los sistemas y otras metas que las personas desean alcanzar como el progreso de la sociedad es necesario trabajar en el comportamiento organizacional para lograr cambios eficientes.

Está demostrado que el comportamiento humano necesita cubrir necesidades comunicacionales y sistemas de valores dentro de un marco del comportamiento consciente, relacionado permanentemente con la administración y otras disciplina organizacionales de la comunidad.

Los problemas de la organización comunicacional puede lograr la dispersión de las comunidades organizadas, de manera que se tenga que incrementar la comprensión y las capacidades existentes en base ala aplicación de una buena comunicación para llevar a un nivel de calidad de las relaciones humanas en los grupos sean de trabajo, organizativas o de cualquier otra índole.

PROBLEMA

La comunicación organizacional y su incidencia en el desarrollo de la comuna.

PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA.

Ubicación del problema en el contexto.

Las organizaciones tienen que encajar su análisis del mundo a la comunicación que se hacen tanto las organizaciones civiles, las de cooperación que raramente analizan las actuaciones de las empresas de telecomunicaciones, desde televisiones privadas a compañías de móviles, pasando también por la comunicación pública que se hacen en las webs de los gobiernos.

No parece que las consideren tan graves como las de otras empresas que tampoco se han considerado importantes temas como las habilidades y estrategias comunicativas a la hora de abordar sus proyectos tanto locales como en las comunales.

El proyecto comunicativo comunitario lleva más de 20 años sobre mesas de análisis, que enfrentan desigualdad en el ámbito del sistema internacional de medios de comunicación, la imagen que sobre la pobreza o la exclusión y el papel informativo de las organizaciones se presenta no es el más idóneo.

El error está en que la comunicación se suele considerar un tema asociado a la gestión de la organización, y no a la misión, de manera que si los resultados del trabajo de las organizaciones sociales se midieran de otra manera, sería un efecto fácil comprobar, que en cuanto a influencia discursiva, son muchos mayores que en cuanto a reducción efectiva de la pobreza, por falta de cultura.

Situación y conflicto

En toda institución es importante el clima organizacional. Éste se refiere al ambiente existente entre los miembros de una organización, y está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica aquellos aspectos de la organización que desencadenan diversos tipos de motivación entre sus miembros.

El clima organizacional es favorable cuando proporciona la satisfacción de las necesidades personales y la elevación moral de los miembros, y desfavorable cuando la motivación es escasa ya sea por frustración o por impedimento para la satisfacción de las necesidades, entonces sobreviene la apatía, el desinterés, el descontento hasta llegar a grados de agresividad, e inconformidad, etc.

Existe una estrecha relación entre motivación, percepción y comunicación. La comunicación entre las personas está determinada por la percepción que tengan de sí mismas y de las demás, en determinada situación y por la percepción del momento, expresada desde el punto de vista de la motivación. La idea comunicada se relaciona íntimamente con las percepciones y motivaciones del emisor y del receptor.

La comunicación interpersonal constituye un área importante ya que en ella se estudian las interacciones humanas o la influencia en el comportamiento de las personas, es un área en el cual el individuo puede hacer mucho para mejorar su rendimiento y eficacia, por ello es indispensable incluir en las estrategias de comunicaciones un esfuerzo muy especial.

Causas del problema, consecuencias

CAUSAS	EFECTOS
PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN COMUNAL.	INSATISFACCION PERSONAL Y CONFLICTOS ORGANIZACIONALES.
PROCESO COMUNICACIONAL COMPLEJO.	CONDUCTA O COMPORTAMIENTO ITERPERSONAL OFENSIVO.
OMISIÓN EN LA ORGANIZACIÓN COMUNAL.	ENFOQUE PERMANENTE DE PROBLEMAS PERSONALES
ALTERACION DE INFORMACION QUE CIRCULA EN LA COMUNIDAD.	CONFLICTO ENTRE COMUNEROS QUE RECIBEN DICHA INFORMACION.
INFORMACION DE ACONTECIMIENTOS CONDICIONADOS A INTERESES PERSONALES.	POCA ACEPTACION DE LA INFORMACION ORGANIZACIONAL DENTRO DE LA COMUNIDAD
DIFERENCIAS INDIVIDUALES MARCADAS EN LAS ORGANIZACIONES COMUNALES	INFORMACION MARCADA POR IMPOSICIÓN Y NO EN CONSENSOS

Delimitación del problema.

Espacial.

El proyecto de investigación se desarrollará en la comuna Barcelona de la parroquia Manglaralto, donde se encuentran instituidas varias organizaciones sociales de carácter: comunal, artesanal, de producción, juvenil, pastoral, deportivas, mujeres y banco comunal.

Temporal

El análisis del problema de la Comunicación Social en la comuna Barcelona se lo desarrollará en el periodo anual, comprendido desde el 1 de mayo al 30 de mayo del 2011.

Planteamiento del problema

El desarrollo tecnológico de las comunicaciones ha hecho que vivíamos una cultura mediática, tanto en las relaciones sociales como las políticas, los sistemas de comunicación e información han privilegiados a los medios, esto hace que en realidad los problemas comunicacionales respondan fundamentalmente a intereses concreto de secretos de poder político económico.

Este proceso antes se hacía a través de la escuela, la iglesia, la universidad, esos eran los centros más importantes por medio de los cuales se imponían las ideas al común de la sociedad; ahora todo es imponen la ideología.

La imposición de ideas a través de los medios de comunicación (radio, video, televisión, prensa, comunicación electrónica), realmente no responde a niveles de objetividad, no trata de mostrar diversas posiciones y tendencias sobre determinados problemas, sino que denota una fricción sobre la realidad y es esta fricción sobre la que actúan los políticos y los diversos actores sociales.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la comunicación organizacional en el desarrollo de la comuna Barcelona parroquia Manglaralto del Cantón Santa Elena en el último periodo anual 2010-2011?

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se justifica en razón de que se considera necesaria insistir en la importancia que tiene la aplicación de la comunicación organizacional, para fomentar las relaciones interpersonales, el liderazgo, y la cultura organizacional.

El desarrollo del proyecto permite aplicar estrategias comunicacionales entre los miembros de la Comuna de Barcelona, evidenciando que en esta localidad existe una notable carencia de procesos comunicacionales, por lo que afecta directamente a sus miembros en el desarrollo comunal.

Está demostrado que en toda organización comunal, la comunicación es uno de los factores fundamentales para su funcionamiento, es una herramienta que mantiene interactiva la organización comunal, lo que impedirá la disolución y mantendrá unida a la organización.

Es de mucha importancia la actividad comunicacional que tienen las comunas de la Península de Santa Elena, territorios considerados ancestral e inalienable, por el legado histórico que posee. Para estos pueblos prehispánicos, la organización ha sido desde sus inicios el punto de encuentro sus asociados se reúnen y toman sus propias decisiones ya sea por vencer o fortalecer todo aquello que se vincula con su desarrollo, tal como se lo evidencia con la reciente creación de la provincia.

El proyecto va dirigidos a las diferentes organizaciones comunales, también llamadas organizaciones locales, comunitarias, rurales o populares que son agrupaciones de base formales o informales voluntarias, democráticas, cuyo fin primario es promover los objetivos económicos o sociales de sus miembros.

Los pequeños agricultores, trabajadores comunales, campesinos sin tierra y otros grupos desventajados de la población rural no tienen poder de negociación suficientes para lograr sus pedidos sean atendidos.

De ahí la importancia de desarrollar capacitaciones comunicacionales de manera que puedan agruparse y aunar esfuerzos para formular ante las autoridades demandas que representen los intereses de la totalidad de sus miembros.

Es necesario resaltar que el presente trabajo de investigación se justifica, porque está enmarcado en la Constitución de la república del Ecuador, que respalda su legalidad en varios articulados que describen la importancia de la comunicación interactiva y organizada para lograr el desarrollo efectivo de la comuna Barcelona parroquia Manglaralto, del cantón Santa Elena.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL:

- Proponer al proceso organizacional de los habitantes de la comuna Barcelona, un plan estrategias comunicacionales para fomentar la cultura de comunicación entre los miembros de la organización comunal.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar los factores que inciden en la falta de comunicación entre los miembros de la comuna.
- Establecer la comunicación que se practica entre los miembros de la organización comunal de Barcelona.
- Socializar el plan de estrategias comunicacionales entre los habitantes de la comuna Barcelona.
- Ejecutar el plan de acción comunicacional para mejorar los procesos comunicacionales entre los miembros de la comuna Barcelona.

SEÑALAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

si se ejecuta una planificación estructurada de comunicación organizacional entre los comuneros de Barcelona, entonces logrará el desarrollo integral de la comuna.

IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Dependiente: En el desarrollo de la comuna Barcelona

Variable Independiente: La comunicación Organizacional.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

HIPÓTESIS	V.INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS/INDICADORES	OBSERVACIÓN
Si se ejecuta una Planificación estructurada de comunicación organizacional entre los comuneros de Barcelona, Entonces se logrará el desarrollo Integral de la comuna	La comunicación organizacional	La comunicación Organizacional es considerada como el proceso que ocurre entre los miembros de una colectividad o sociedad	La comunicación La organización El cambio Institucional	Desarrollo Integral Avance Organizado Participación Activa y Efectiva	¿El desarrollo integral de una comunidad Requiere de una comunicación efectiva? ¿La participación de los gobiernos Seccionales está acorde a las necesidades de las organizaciones comunales? ¿La transformación institucional requiere de la participación activa de los Habitantes de las comunas? ¿La comunicación oportuna entre los Habitantes lograra integrarlos en bien Del desarrollo de la comunidad?	Encuesta Observación Documental bibliográfica Escala De likert

HIPÓTESIS	V.DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS/INDICADORES	OBSERVACIÓN
Si se ejecuta una planificación estructurada de comunicación	En el desarrollo de la comuna Barcelona	Los medios de comunicación contribuyen a conocer la realidad, reflejarla desde diferentes posiciones, y lograr el desarrollo comunal	Desarrollo comunicacional	Comunicación Formal efectiva	¿La capacitación en proceso Comunicacionales de los Integrantes del directorio Permitirá una comunicación Efectiva entre los comuneros?	OBSERVACIÓN
Organizacional entre los comuneros de Barcelona, entonces se lograra el desarrollo integral de la comuna			Cambio estructural	Plan de acción comunicacional Para el desarrollo	¿Los mismo del directorio Deben realizar actividades Participativas y comunicativas Con los socios de la comuna?	TEST
			Organización participativa	Inclusión en Procesos de Comunicación organizacional	¿Usted qué opina de la sexualidad en la adolescencia?	ENCUESTA

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

El desarrollo sostenible en el siglo XXI sigue siendo una utopía. Su formulación como única alternativa posible para salvar a la especie humana ha quedado conceptualizada entre lineamientos de organismos internacionales, en programas académicos, en la fundamentación de las ayudas económicas de las Organizaciones no Gubernamentales a los países del tercer mundo, en los discursos de los políticos e incluso de los medios de comunicación. Pero la inmensa mayoría de los seres humanos no tienen la certeza de que puedan ser un agente real de ese cambio que surge el tan llevado y traído tema.

¿De quién es la responsabilidad de edificar ese mundo mejor para todos?

Mientras no se atiendan las elementales necesidades de la humanidad, ni sea saldada la deuda milenaria con un planeta sobre explotado, mientras no se respete el derecho a la vida como el derecho a la paz, y a protagonizar un proyecto de desarrollo humano en el presente, como garantía de un futuro más justo y posible; el desarrollo social será eternamente un asunto pendiente, sin espacio entre los que más necesitan encontrar una vía real de desarrollo.

Participar implica compartir la acción por eso se ha identificado como un aspecto esencial para involucrar a la población en el cambio integral que se precisa en función del diseño y realización de ese mañana común.

Pero la participación también se aprende, no es algo que podamos hacer naturalmente por instinto, es preciso estimularla, promoverla.

Solo a través de la comunicación podemos trabajar realmente en favor de una causa común, de un interés común. Para mejorar nuestra situación aseguró Gro Brundtland, ex - Primera Ministra de Noruega y ex

Presidenta de la comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el desarrollo, con lo que sugiere que la comunicación puede ser un camino hacia la verdadera participación. El informe del PNUD de 1993 sobre el desarrollo humano considera a la población como una fuerza motriz de su propio desarrollo, con mayor relevancia que cualquier inversión financiera o tecnológica. Pensar la comunicación en función del desarrollo, implica que las personas participen integralmente en la toma de decisiones que le afectan, o lo que es lo mismo, en la construcción de su destino.

Propiciar, organizar, facilitar la participación activa de los sujetos sociales, es un presupuesto imprescindible para cualquier proyecto de desarrollo.¹

Organizaciones Humanas

Las organizaciones humanas han empezado a darse cuenta del valor de la comunicación y de la información como recurso estratégico para desarrollarse y sobrevivir en un mundo altamente competitivo, abierto, en donde las estructuras mentales cerradas, aisladas, impiden la toma de decisiones, la confrontación, el diálogo franco, la valoración de acciones individuales y colectivas y las relaciones armónicas.

Del estado en que se encuentren los objetivos de la organización, los personales y las motivaciones, depende la supervivencia del grupo.

De ahí la importancia de un proceso comunicativo que sea el eje motivador que facilite la interacción y mejore las condiciones y conductas del grupo.

El mismo autor asegura que cuando los grupos logran encuentros personales directos, empatía, comunicación positiva, comprensión de fortalezas y debilidades, escucha responsable, la respetan y asumen posiciones tolerantes en la confrontación constructiva, se crean relaciones

¹ http://www.revistafuturos.info/futuros20/comunicación_des.htm.pag20

fuerzas y estrechas que se revierten en mayor y mejor calidad de las acciones productivas.

La investigación en su desarrollo trata de valorar, cómo se articulan la información y la comunicación, cómo fluyen en los diferentes ámbitos y niveles; si a través de ellas se dinamizan y proyectan políticas pertinentes a la dirección, a la estructura y a la cultura organizacional; si la información y la comunicación informales se procesan y se canalizan institucionalmente, para que trasciendan el nivel del rumor, de la opinión, del comentario inadvertido y se vuelvan comunicación estratégica que interprete, canalice, capitalice e incorpore el valor significativo de la información generada en la cotidianidad y se tome de ella lo realmente importante para la acción productiva de la organización.

Con la mejor intención, he abordado la tarea de buscar los datos que me permitan hacer la lectura del estado actual de las comunicaciones internas de la organización.

Gestión de los procesos comunicativos.

Gestionar los procesos comunicativos, implica considerar los ámbitos y niveles de procesos que se dan dentro del sistema organizacional. Si los integrantes del grupo tienen definidas responsabilidades y roles, esto les permite establecer un esquema de trabajo flexible, en donde se dan espacios de encuentro para que haya un eficiente flujo de comunicación que jalone y retroalimente los diferentes programas académicos y se proyecten y dinamicen proyectos y personas.

No se puede perder de vista que la organización como tal, tiene una misión y unos objetivos profesionales prefijados que responden a la visión, misión que en últimas, es la brújula que orienta, canaliza y promueve todas las acciones.

La creación de un ambiente comunicativo que dinamice y anime las acciones individuales y colectivas, que integre esfuerzos, que

comprometa voluntades para que se fortalezca la organización comunal, tiene que ser compromiso y responsabilidad de todos los integrantes.

Por eso, nuestra investigación, se inicia en un primer momento con la elaboración de un diagnóstico, que tiene como fin evaluar las necesidades de comunicación, las aptitudes y las habilidades de los individuos que se afectan por las circunstancias adversas que surgen al interior de la misma.

Toda persona comprometida con la organización comunal, interactúa cooperativamente, desea ser aceptada y espera que sus opiniones se tengan en cuenta aunque sea por algunas personas del directorio; pero se necesita del consenso total para lograr los objetivos propuestos.

Pero la falta de escucha, el no querer o no saber leer, va deteriorando lentamente la comunicación y el grupo pierde fuerza y es presa fácil de agentes desestabilizadores que lo llevan al desmoronamiento, pues el hombre como ser social, necesita del grupo para su subsistencia, para la defensa y para desarrollarse.

La iniciativa ciudadana como una praxis política

En rebellato la noción de la solidaridad esta relacionada con la idea de democracia radical en tanto esta implica una superación de las políticas hegemónicas en el campo político, económico y cultural. Este pensador uruguayo evalúa e integra los aportes de Foucault, Deleuze, Guattari, Vattimo, Derrida y Kuhn y otros autores fundamental importancia en su análisis de la incidencia de la cultura neoliberal y la reproducción histórica de la fragmentación social justificada por el individualismo metodológico basado en la ética de una Ciencia Social sistemática.

Los citados autores, en su opinión, han contribuido a comprender las posiciones del sujeto con respecto al poder, la diversidad, la autenticidad y las redes de complejidad que resisten tras la superficie del pensamiento único.

El neoliberalismo como concepción cultural y económica, presenta un fuerte componente ético y político, que propone una cultura de la desesperanza porque su naturalismo ético provoca en el imaginario colectivo la imposibilidad de pensar alternativas. La ideología del mercado como sistema natural que regula a los sujetos, defiende el individualismo ético y la privatización de las cuestiones políticas. En este sentido, la ética del mercado y del orden extenso, excluye como ilusoria la posibilidad de un consenso racional entre hombres que permitan formular un sistema ético del alcance universal (Rebellato, 1995^a:25).

Rebellato propone el reconocimiento de los espacios autónomos con respecto a la lógica de la sociedad capitalista, basados en la lógica de la solidaridad. Sin embargo, dichos espacios de autonomía son susceptibles de ser neutralizados por la hegemonía, en tanto no se logren construir articulaciones hacia un bloque de poder capaz de contraponerse e incidir en relación a dicha lógica dominante.

En estas prácticas políticas como procesos alternativos al discurso hegemónico, es importante el papel de las redes sociales. Rebellato sostiene:

La ideología no es solamente una forma de reproducción, es entrelazamiento de redes y procesos de saber y poder desarrollados en el mundo de la vida, es una forma de experiencia, construida como tal activamente y perteneciente al orden de lo vivencial, que está en conexión con los modos en que se entrecruzan sentido y el poder en el mundo social.(Rebellato, 1999^a:15)

Pero las redes tienen un carácter ambiguo: potencian la solidaridad, configuran una identidad, se constituyen en referente para los participantes, y a la vez, desarrollan poderes, generan rivalidades y conflictos, enfrentan competencias. Se trata de transformar estas redes y estos espacios, formándolos como redes que dan libertad, es decir, como

factores que potencian una identidad socio-cultural, fortalece intercambios de comunicación, capacitan en la construcción de espacios de cultura democrática, ayudan a visualizar colectivamente la situación de exclusión, permiten construir estrategias y distribuir equivalentemente las responsabilidades del poder y la decisión. En este sentido, Rebellato afirma:

Se requiere, pues apertura y reconstrucción de las redes de comunicación, una recuperación de la historia de lucha de los barrios y de los movimientos sociales, un fortalecimiento de la memoria histórica en sus potencialidades subversivos y un conocimiento del imaginario popular, en sus múltiples prácticas, sabiduría e imágenes: (Rebellato, 1998c:27)².

Para Rebellato, los pensadores pos-rationales y la cultura posmoderna aportan elementos críticos para superar la cristalización y repetición que supone el pensamiento del racionalismo de la modernidad, y para comprender que la diversidad y la incertidumbre son conceptos estratégicos de una dialéctica que traslada a los movimientos sociales la posibilidad de crear nuevos espacios alternativos que acepten los más diversos aportes culturales realizados por sujetos históricamente activos.

Estas instancias se relacionan con los siguientes principios.

a.- En el proceso de interacción social los sujetos colaboran mediante el establecimiento de redes de solidaridad.

b.-El proceso de socialización cooperativo contribuye al desarrollo de las identidades personales.

c.-El proceso de reproducción cultural reúne la tradición de una comunidad y la modificación del saber cultural(hermenéutica).

² http://letras-uruguay.espacioltino.com/perez_edgaro/solidarida.htm

En síntesis, el desafío al paradigma neoliberal es la construcción de un bloque social basado en la noción de “democracia radical”, susceptible de revertir los fundamentos de una sociedad con crecientes niveles de dominación y exclusión. Esto requiere de prácticas que pertenecen la construcción de la subjetividad colectiva entendida como maduración integral de identidades. Rebellato afirma que no es posible resistir sin abrir espacios alternativos, y por lo tanto, es preciso fortalecer micro alternativas y micro procesos que encaminan hacia una alternativa global, hacia un nuevo modelo político y económico, tanto nivel nacional, como mundial (Rebellato, 1988c:26)

Relación entre libertad y comunicación

En la propuesta ética de Ricoeur libertad de comunicación y responsabilidad social.

La ética, concebida y aplicada como ejercicio de la autonomía, supone como principio esencial la relación indisoluble entre libertad y responsabilidad social. En el ámbito de la libertad de expresión y sus concreciones como libertad de información, opinión y comunicación, estos planteamientos invitan a una reflexión que siempre deberá explicarse a la hora de establecer el contenido (el cómo) y las demás implicaciones del uso de los medios mismos de comunicación como tales, no como fines a cuyo servicio se pueda instrumentalizar a las personas.

Una reformulación del imperativo categórico kantiano

Ricoeur nos permite a las tres formulaciones del imperativo categórico kantiano, para concluir que las tres esferas a las que se refieren las máximas correspondientes están regidas por la autonomía de la persona.

Ahora bien, esta conclusión conlleve una propuesta de síntesis .integradora entre las perspectivas teológicas y deontológicas de la ética en efecto:

Lo que Ricoeur denominada la estima de si que corresponde a la primera formulación kantiana, por cuanto implica la finalidad de obrar no en función del interés particular propio, si no del bien común (“obra solo según una máxima tal, que puedas querer al mismo tiempo que sea una ley universal”), constituye un “telos” en el sentido de buscar no solo la autorrealización individual sino la realización efectiva de la dignidad y los derechos a ella inherentes e todas las personas, en cuanto la “estima de mí mismo” supone y exige la “estima del otro como otro”, puesto que al obrar según la máxima indicada estoy afirmando que las demás personas deberían obrar de acuerdo con las mismas máxima en el caso e yo ser el “otro” con respeto a ellos³

Lo que Ricoeur caracteriza como el respeto por el otro que corresponde a la segunda formulación kantiana, por cuanto implica la finalidad de obrar considerando a ese otro como fin, no reduciéndolo a un instrumento (“obra de tal modo que trates a la humanidad, tanto en tu persona como en la persona de cualquier otro, siempre como un fin al mismo tiempo y nunca solamente como un medio”) constituye también un “telos” puesto que precisamente se trata de obrar con respecto a los demás tal como yo quisiera que los demás obraran con respecto a mí en el sentido del respeto de la dignidad y los derechos que tenemos todas las personas.

Lo que Ricoeur llama el orden que hace posible la “vida buena” tanto para mí como para el otro que corresponde a la tercera formulación kantiana, por cuanto implica la finalidad de lograr las estructuras institucionales que aseguren la realización de la convivencia constructiva de todas las personas en una sociedad sin discriminaciones ni exclusiones.

Desarrollo de Competencias Comunicacionales

La comunicación en su sentido más “alto” y largo del tiempo ha sido una de las claves fundamentales para una interacción positiva y sana. A medida que el mundo se ha ido complejizando, ella ha cobrado mayor

³ Ricoeur, Sí mismo como otro, p. 31

importancia al lograr mediante una integración sistemática entre significados y significantes, entre otros asuntos, desarrollar negocios: acortar fronteras geográficas, ideologías, políticas, económicas-sociales y establecer alianzas, en fin de acercar, cada vez más, al “ser humano”

En tal sentido, en este tercer milenio los seres humanos que logran comunicarse integralmente manejen situaciones y/o problemas con mayor acierto y efectividad. Tomar conciencia de la importancia de optimar la calidad de la comunicación con nosotros mismos y con el entorno, en un contexto cualquiera, contribuye a alcanzar un mayor desarrollo personal y profesional.

En este orden de ideas, es fundamental interpretar el proceso comunicacional en toda su extensión, he aquí la importancia del papel “del que escucha”, pues este debe codificar el mensaje y visualizar su significado en forma clara y precisa para una interacción real y positiva.

Aprender a manejar una autentica comunicación integral implica ser coherente, identificar información útil y ser congruente, es decir comunicar con la palabra y el cuerpo. Dicho de otra forma, la cara, los gestos y el tono de voz deben estar en sintonía con el contenido del mensaje.

Logrando lo anterior es fácil ser atinente, es decir, expresar sin miedo lo que se quiere y debe decir de manera oportuna, aprovechando las oportunidades que se presenten y previendo los riesgos al utilizar estrategias apropiadas para expresar nuestras ideas y pensamientos de una forma coherente y congruente.

Por último es importante asegurar que el contenido del mensaje ha sido entendido y validado correctamente considerado el mensaje original transmitido.⁴

⁴ www.carlospina.com/ArticleDetail.asp?CategoryId=24609

Visto lo planteado, es fundamental precisar que el objetivo de la comunicación integral es que las personas aprendan a:

- Escuchar con atención y conciencia: Empatía
- Expresar las ideas y los pensamientos de manera clara y precisa: Coherencia
- Lograr que el cuerpo este en sintonía con las palabras: congruencia
- Asegurarse en expresar lo que se siente y piensa de manera oportuna: Asertividad
- Constatar que los mensajes han sido comprendidos: Validación

Adquirir tales comportamientos asegura a las organizaciones la posibilidad de efectuar transformaciones reales, para lo cual, es vital que la empresa construya la plataforma apropiada para alcanzar un auténtico cambio en el área Comunicacional.

En atención a lo expresado, es imprescindible proporcionar al ser humano las herramientas básicas para que éste pueda mejorar su comunicación, partiendo de la identificación de lo que se desea decir sin que prevalezcan modelos mentales, sino más bien observando los pensamientos y sentimientos con más atención, sin evaluar ni juzgar, sino concientizando lo que sucede en la mente.

En resumen, las empresas e instituciones que realmente quieren realizar cambios estructurales y paradigmáticos, con éxito han de orientar sus energías hacia el mejoramiento, incremento y sinergia de sus vías comunicacionales, utilizando modelos eficientes que incrementan la productividad y la rentabilidad organizacional.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

La existencia diaria del hombre transcurre en un sinfín de organizaciones tales como: instituciones religiosas, familiares, políticas, culturales, educativas, recreativas, entre otras; en las cuales el individuo se

compenetra con otros para interactuar y así expresar toda clase de conocimientos.

"La organización se concibe como una unidad funcional y estructural que existe en el nivel micro social, la cual enfatiza una acción deliberada y racional de los individuos como todos los sistemas sociales; las organizaciones se originan a partir de condiciones que crean demandas o necesidades a nivel individual, grupal o institucional".

La pertenencia a la organización, tal como ocurre en los grupos puede ser de naturaleza voluntaria e involuntaria. Podemos caracterizar la organización por la existencia de una relación particular entre los individuos, regida por normas compartidas y con roles definidos que permiten controlar y realizar las distintas actividades.

Las organizaciones se clasifican según el tipo de función: empresarial, comercial, educativa, pedagógica, gubernamental, administrativa, militar, publicitaria, cultural, social y de salud entre otras; donde las personas conviven e interactúan con otros individuos de acuerdo con los espacios y normas de la institución. En las organizaciones es necesario controlar rigurosamente a las personas si se desea lograr el o los objetivos.

Toda organización es vista como un sistema que contiene una jerarquía de subsistemas en interacción; dentro de ella existen fuerzas sociales que le dan coherencia y permanencia como sistema.⁵

Considero que la comunicación no se define bajo un solo horizonte, puesto que la comunicación es una actividad propia del ser humano. Por estaque comparto con la siguiente definición: "Es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la

⁵ Annie Bartoli, Abraham Nosnik, María Isabel León,

organización y desarrollo de los sistemas sociales. Se considera a la comunicación como un proceso humano de interacción de lenguajes que se encuentra más allá del traspaso de la información. Es más un hecho sociocultural que un proceso mecánico"

En la organización comunal la comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales; ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo específico.

Papel de la comunicación en la organización

La comunicación cumple una serie de funciones dentro de la institución como: proporcionar información de procesos internos, posibilitar funciones de mando, toma de decisiones, soluciones de problemas, diagnóstico de la realidad. El término función alude a la contribución de una actividad respectiva, a fin de mantener la estabilidad o el equilibrio. En este caso, el término función se refiere a lo que una organización realiza o logra mediante la comunicación.

Dentro de una organización la comunicación se estudia y se analiza en tres funciones: Producción, Innovación y Mantenimiento.

En la función de producción, la comunicación entraña todas las actividades e información que se relacionan directamente con las formas de capacitación personal, orientación pertinente a la realización del trabajo, apertura de espacios para formulación y concertación de objetivos, la solución de conflictos y la sugerencia de ideas para mejorar la calidad del servicio y del producto.

En la función innovadora se presentan dos tipos de innovaciones de la organización y en la organización. Las innovaciones de la organización cambian la empresa pero no afectan al personal que labora en ella. En la innovación la organización requiere cambios en el comportamiento de los individuos, hecho que afecta a todo el conjunto ya que exige una actitud positiva y de mucha prospectiva en todos y cada uno de los estamentos: directivos, administrativos y empleados.

"La función innovadora de la comunicación incluye actividades de comunicación tales como los sistemas de sugerencias a nivel general, el trabajo de investigación y desarrollo, la investigación y el análisis de mercados, las sesiones de manifestación de inquietudes y los comités de desarrollo de ideas".

La función de mantenimiento está relacionada con los espacios de socialización de la gente que permite un contacto con el ambiente físico y el humano a través de la información oportuna, amplia y puntual; lo cual genera mejores relaciones interpersonales e identificación con la organización. La comunicación de mantenimiento busca compensar y motivar al personal para que se comprometa con los objetivos y las metas institucionales, reconoce al individuo competente y valioso, resalta el trabajo en equipo y la creación individual.

Pasos de la función efectiva de la comunicación.

Según Abraham Nosnik, para que la función sea efectiva dentro y fuera de la organización esta debe ser:

ABIERTA: Tiene como objetivo el comunicarse con el exterior; ésta hace referencia al medio más usado por la organización para enviar mensajes tanto al público interno como externo.

EVOLUTIVA: Hace énfasis a la comunicación imprevista que se genera dentro de una organización.

FLEXIBLE: Permite una comunicación oportuna entre lo formal e informal.

MULTIDIRECCIONAL: Esta maneja la comunicación de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna, externa entre otras.

INSTRUMENTADA: Utiliza herramientas, soportes, dispositivos; porque hoy en día muchas organizaciones están funcionando mal, debido a que las informaciones que circulan dentro de ella no llegan en el momento adecuado ni utilizan las estructuras apropiadas para que la comunicación sea efectiva.

COMUNICACIÓN ESCRITA: Es clara, precisa, completa y correcta; se califica como información de primera mano y se deja constancia. Por medio de ella las personas tienen la oportunidad de poder regresar a segmentos anteriores al mensaje, lo que permite una mejor comprensión en la información.

Esta puede darse a través de:

Carta: Es el medio más usado dentro de la organización para las personas ausentes, en la cual se comunica alguna cosa de interés personal o grupal.

Memorando: Es el medio más usado, que lleva como objetivo el recordar mensajes o información con referencia a instrucciones internas que los empleados deben realizar dentro de la organización.

Carteleras: Son calificadas como un factor clave en la organización, allí se suele manejar información a través de otros medios sobre actividades de motivación o mensajes de interés general para los empleados y directivos, algo muy importante para que éstas funcionen se debe tener en cuenta su ubicación; es decir la empresa establece sitios estratégicos por donde hay mayor flujo de personal

Revista: Es una forma de comunicación tradicional más común y con mayor aceptación dentro de la empresa, en la cual se propicia la participación activa de todas las actividades, en aras de contribuir al

fomento de la investigación y de acontecimientos afines a la comunicación; en las revistas se consigna la realidad de la organización.

Periódico: Envuelve un área de conocimientos especializados, en muchos casos el periódico es utilizado para ganar tiempo en el ámbito de la información.

Boletín: Es un medio de comunicación donde se maneja información especializada para los públicos internos y externos de la organización.

COMUNICACIÓN MASIVA: Es la comunicación permanente que genera mensajes y noticias de manera específica, coherente, directa y sincera, para los públicos internos y externos de la organización.

Esta se da por medio de:

Entrevista: Es uno de los medios más utilizados dentro de la organización para la selección del personal; en otros casos la entrevista es empleada como un instrumento preliminar para estructurar la comunicación interna; ahí se puede aplicar una conversación específica para determinar los elementos que pueden intervenir en los problemas que aquejan a la organización en ese ámbito.

Reuniones: Se puede definir como una comunicación directa, donde intervienen más de dos personas; las reuniones son dirigidas por alguno de los integrantes de la organización, donde se retroalimentan, se transfiere información de interés general y lo más importante se toman decisiones que tiene por objeto llegar a un acuerdo común para el beneficio de la organización.

Circuito cerrado de televisión y radio: Medios de comunicación que tiene como fin lograr una buena influencia y ofrecer grandes posibilidades de retroalimentación; allí los directivos, administrativos y empleados pueden tener una visión más precisa sobre actitudes y sentimientos generados en la interacción y percibir con mayor facilidad cual va a ser el

comportamiento del otro; ese tipo de información suele desarrollarse en la comunicación no verbal.

La comunicación organizacional se entiende también como: "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos".

Perspectivas de los enfoques de la comunicación

La comunicación organizacional se mira en cinco perspectivas:

COMUNICACIÓN INTERNA: Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas establecidas por la organización.

COMUNICACIÓN EXTERNA: Todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

RELACIONES PÚBLICAS: Son las diferentes actividades y programas de comunicación que se crean para sostener las buenas relaciones con los diferentes públicos que forman la organización.

PUBLICIDAD: Son los diferentes mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos de comunicación que tienen como objetivo incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

Las organizaciones de éxito son aquellas que le dan la verdadera importancia a las comunicaciones y la información, ya que ellas han

comprendido que éstas contribuyen en gran parte a mejorar el ambiente comunicativo y el clima laboral; es decir "dinamizador y animador de las acciones individuales y colectivas en procura de integración de esfuerzos y el fortalecimiento de la Abraham Nosnik, institución"; por esto los miembros garantizan su conocimiento e identificación con la organización, debido a que ellos se sienten tenidos en cuenta para el desarrollo de las metas de la organización.

A través de la información las organizaciones cumplen una serie de metas tales como: estructurar, planear y distinguir patrones de comportamientos para los socios internos y externos; es ahí donde la información se convierte en un instrumento de retroalimentación para la evolución y el control de la organización.

Un factor clave en la información es que sea confiable para que actúe como puente de unión entre el ambiente y la organización, es decir que a mayor información confiable menor es la inseguridad laboral.

Según Warren Weaver se puede demostrar que la cantidad de información de un mensaje no está relacionada con lo que se dice sino con lo que se podría decir, esta relación se da según la comprensión que se obtenga del contenido del mensaje de la información, porque a medida que se conoce la información ésta va perdiendo el contenido informativo.

Lo anterior nos lleva afirmar que la comunicación se convierte en información, porque permite disminuir la inseguridad sobre el futuro de la organización y fomentar estrategias para mejorar el comportamiento social del individuo.

Dentro de las comunicaciones se tiene como soporte el modelo de gestión comunicativa en la organización propuesto por Abraham Nosnik que tiene como propósito ayudar a que todo tipo de organizaciones puedan desarrollar ambientes ricos en información. Con base en lo anterior se puede afirmar que la organización bien informada se la conoce por sus excelentes características.

Es entonces cuando se hace necesario establecer una diferencia radical entre la información y la comunicación al interior y exterior de las organizaciones.

Según Dimitri Weiss la información consiste simplemente en que un emisor emite conocimientos estructurados a un receptor. La dirección de los datos, en el caso de la información, produce en un solo sentido. El receptor por este motivo, se considera siempre como un sujeto pasivo frente a la información.

La comunicación interna recoge todo el conjunto de acciones que se generan y se ejecutan dentro de la organización, para la creación y mantenimiento de las óptimas relaciones con y entre los miembros de la misma; para la cual debe emplear diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, motivados e integrados y de esta forma; el trabajo, en un clima de trabajo armónico que contribuya al logro de las metas y objetivos que se propone la comuna.

Las comunicaciones informales constituyen un conjunto de interrelaciones espontáneas, basadas en preferencias y aversiones de los empleados, independientemente del cargo. En este tipo de comunicación la información que se tramite puede tener relación con las actividades de la institución o a la vez puede no tenerla. El flujo de la información circula por los canales abiertos de la empresa; el compartir la información con todos lo miembros de la organización tiene como fin que todos estén informados de lo que deben y desean hacer, es una manera de fomentar la participación, la identidad y el sentido de pertenencia; de esta manera el ambiente laboral es más favorable para el bienestar de la organización.

MARCO REFERENCIAL

UNIDAD II

MAPA POLÍTICO DE LA PENÍNSULA DE SANTA ELENA



El presente trabajo de investigación se realiza en Comuna Barcelona, que está ubicado en la Parroquia Manglaralto, limitada al norte con la comuna dos mangas, al sur y al este con la comuna de Loma Alta y al Oeste con Pajiza, Atravezado, Sitio Nuevo.

El poblado de Barcelona, tiene el carácter de Jurídico de comuna, está regido por la ley Orgánica y Régimen de comuna, depende administrativamente del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

El nombre de la Comuna cuentan los pobladores, se debe a que un sacerdote español al observar el río California, al ver que se asemejaba a un río de su ciudad natal, decidió poner el nombre de Barcelona.

Esta comunidad tiene una población de 3.689 habitantes, reunidos en 490 familias. En la realidad el 80% de la población se dedica a cualquier actividad relacionada con la paja toquilla, ya sea en cosecha, procesamiento o tejido.

En la comunidad es rica por su historia organizativa, en ella se encuentran establecidas ocho organizaciones de carácter social, de las cuales varias tienen hasta con medio siglo de constituidas, referencia que no ha incidido en lograr un desarrollo íntegro de la localidad.

- El Cabildo de la Comuna (60 años)
- El Centro de Procesamiento de Paja de Toquilla. (25 años)
- La Organización de Mujeres Madre Dolorosa. (15 años)
- El Banco Comunal. (12 años)
- La Asociación de Artesanas de Paja Toquilla. (10 años)
- La Asociación de Jóvenes (15 años)
- Los Clubes Deportivos de Barcelona y Emelec. (50 años)
- El Consejo Pastoral (20 años)

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

UNIDAD III

ACERCA DE LA ASERTIVIDAD GENERATIVA

La necesidad de reformular el concepto de asertividad surge, por una parte de la insuficiencia del modelo cognitivo conductual clásico para incorporar fenómenos propios de las condiciones interpersonales que eran, o inapropiadamente abordados o definitivamente descartados en su conceptualización. Por otra parte, de la emergencia de nuevas teorías acerca de las relaciones interpersonales que contribuyen a dar cuenta de la complejidad involucrada en este fenómeno (Teoría de apego, constructivismo, lingüística, pragmática, entre otras).

Estos antecedentes teóricos nos permiten desarrollar una propuesta de la asertividad desde una perspectiva teórica nueva, que llamaremos asertividad generativa y que definiremos como una: “Competencia interpersonal orientada a dar una expresión a un deseo (atención asertiva) a través de la acción de un sujeto (acto asertivo), y cuya satisfacción solo es posible alcanzar en una dinámica interpersonal, cuya consecuencia implícita se produce un efecto generativo (generatividad intra e interpersonal) en la relación de los sujetos involucrados”.

Por tanto desde esta perspectiva se puede delimitar dos efectos posibles involucrados en un acto asertivo. El primero de ellos, continúa siendo el fin instrumental de una sociedad del sujeto que se mueve una intención y cuya presentación es consciente, en otras palabras esta cierto de que está realizando un acto en beneficio de consecución de un fin concreto. Por ejemplo cuando solicito ayuda para satisfacer una necesidad de protección, placer de compañía o de apoyo técnico.

Este punto se va a construir en uno de los componentes que le van a dar retroalimentación positiva o negativa acerca de su acto asertivo fue eficaz

O no. Entonces, la consecución del fin instrumental es uno de los elementos que concurren al sentimiento de satisfacción de la asertividad.

En segundo lugar, a nivel inconsciente, se produce un cambio en el estado de la relación de los sujetos involucrados, lo que llamamos efecto generativo, en el sentido que cambia la intensidad, permanencia, intimidad y proyección de la relación, de acuerdo con los resultados del acto asertivo.

Este efecto no esperado y frecuentemente inconsciente, dando que no forma parte de la intención asertiva que solo se permite la satisfacción de la necesidad, es de mayor importancia para la evaluación del grado de satisfacción posterior a un acto asertivo y suele ser fruto de contenidos distorsionados que dan origen a esquemas conectivos que inhiben o alteran las competencias asertivas. Por ejemplo, si deseamos pedirle una guitarra a un amigo, y antes de hacerlo, comenzamos a cuestionarnos: ¿Qué va a pensar él?, ¿Cómo se va a sentir con nuestra petición?, etc.... Probablemente comenzaremos a sentirnos inhibidos para realizar la petición.

O sea, nos sentimos complicados para ejercer nuestra asertividad, precisamente por el efecto generativo en la relación y no por otra cosa.

Dicho de otra manera, es posible que un sujeto tolere no haber satisfecho su necesidad específica de ayuda, protección o apoyo técnico y puede buscar alternativas para lograr satisfacerla, pero lo que resulta intolerante para el sujeto que haya sido la persona específica a quien solicitó el apoyo quien se lo negó. No es tan fácil resolver la amenaza a la ruptura de la relación producto de este asertivo frustrado, ya que cierra la posibilidad de muchos actos asertivos.

Otro aspecto que señala que el valor de efecto generativo es más importante que la consecución del fin instrumental, es el hecho de que independientemente de las transformaciones concretas y temporales que existan en los sujetos, la manutención de la red de relaciones asegura el

intercambio de otras transacciones ni siquiera imaginadas por el sujeto.

La manutención de la red de relaciones interpersonales abre perspectiva de futuro y proporciona un sentimiento de estabilidad y disponibilidad de los demás para satisfacer los deseos propios, al mismo tiempo que el sujeto es también parte de esa oferta de intercambio.

Es síntesis, el fin instrumental (objetivo consciente) y el efecto generativo (objetivo inconsciente) de un acto asertivo, conjugan un panorama complejo de mutua influencia que hay que considerar en la evaluación y tratamiento de la asertividad. El aporte de la asertividad generativa consiste justamente en definir las variables que están en juego en esta dinámica y al mismo tiempo contribuir, por esta vía, a ampliar el horizonte explicativo del modelo cognitivo en el área de las relaciones interpersonales.

Características del Concepto de Asertividad Generativa:

Como consecuencia de este marco conceptual encontramos que la condición previa al despliegue de un acto asertivo, es el deseo del sujeto.

Este deseo lo moviliza en pos de una completitud vivencia como una carencia, una necesidad de diverso nivel, que puede ser satisfecha por otro, quien se convierte en “otro significativo” con el solo hecho de ser objeto o instrumento del deseo de ese sujeto. De modo tal que un acto asertivo abre una gama de posibilidades de interacciones interpersonales, las que van a producir contenidos que circulan entre los sujetos involucrados en la interacción, lo que puede cambiar la significación recíproca de dicha relación, en el sentido de la generatividad.

Entonces como consecuencias del acto asertivo, vamos a encontrar que los sujetos ya no son los mismos de antes, ha emergido un sentido nuevo recíproco de quienes son, el cual va a dar como resultado un cambio en los niveles de la generatividad. Ambos se reconocerán con sujeto válidos para el otro, tanto en el sentido de manutención y proyección de la

relación, como el de supresión de una relación amenazante para la integridad del sí mismo.

Hechas estas consideraciones, se entenderá como deseo la sensación o impresión de que algo falta en la condición actual del sujeto y que hace inminente su satisfacción, ya sea a través de la consecución de lo deseado o de supresión de lo indeseado, que finalmente viene a ser lo mismo, en cuanto al grado de la satisfacción que el acto conlleva.

Concebimos a la asertividad generativa como una competencia, que corresponda a un conjunto de talentos y destrezas teóricas y/o aplicadas, sobresaliente en un área específica del funcionamiento humano.

Es decir involucrar al sujeto como una totalidad, en los niveles de actividad conductual, emocional y cognitivo. Son el resultado de cuatro componentes:

- a) Conocimiento: Conjunto de contenidos conceptuales que se expresan en diapositivas cognitivos acerca de un determinado campo del conocimiento e implica el manejo y dominio técnico sobre un tema.
- b) Habilidad. Repertorio de acción que resuelve eficientemente las demandas operativas o técnicas de un área del funcionamiento humano.
- c) Actitud: Evaluación emocional que hace el sujeto de conocimiento y sus habilidades en esa área de actividad. Implica el nivel de motivación con que expresa su conducta. Lo que está en cuestión son los contenidos concretos de las competencias.
- d) Autoestima: Corresponde a la imagen que el sujeto ostenta en torno de sí mismo y ante los demás, como representante de una determinada área de acción. Lo que está en juego es el autoestima del sujeto, por lo tanto es el componente más difícil de manejar en un programa de desarrollo de competencias, dado que depende en buena medida de su estructura idiosincrásica.

La condición de ser interpersonal supone la validación intersubjetiva que se sustenta principalmente en el hecho de que los otros son dramáticamente necesarios para la sobrevivencia del individuo humano.

Es en respuesta a las creencias con que somos arrojados al mundo, en un estado de incompletitud, y que resolvemos en la relación estrecha que establecemos con los otros (vínculo interpersonal, ejemplo figura materna), lo que permite evolucionar y desarrollarnos como sujetos que nos provee de seguridad. Protección y confort.

El aprendizaje, en tanto, es un componente fundamental para la incorporación de repertorios interpersonales de complejidad progresiva, que van a posibilitar mantenernos y proyectarnos en una red de relaciones con otros significativos.

Entonces el acto asertivo es un acto en un contexto interpersonal que está orientado a un propósito, en un primer lugar instrumental (satisfacción del deseo), y en segundo lugar, a un fin generativo (cambio en el estado de la relación). Tanto el fin instrumental como el efecto generativo en la relación, suponen el compromiso del sujeto en su totalidad en otras palabras, lo involucra en los tres niveles de respuestas humanas:

A.- Nivel de respuesta comportamental, este nivel de respuesta es de fácil acceso a la observación de los otros y, por lo tanto, frecuentemente calificado de “conducta objetiva u observable”. Es predominante voluntario (aun cuando bajo ciertas condiciones puede aparecer como involuntario, producto de la automatización de las conductas) ya que incluye la musculatura estriada y el aparato locomotor, cuyo comando depende del sistema nervioso central.

B.- El nivel de respuesta emocional, ese nivel de respuesta es más privado, de difícil acceso a la observación, a no ser que los indicadores emocionales se desordenen en sus niveles y se muestren públicamente,

como suele suceder en la crisis del pánico (miedo), en las rabietas (rabia) o enrojecimiento indeseado (vergüenza).

Sin embargo, la mayor parte de sus conocimientos suelen pasar inadvertidos para los otros, incluso para el sujeto mismo. El acceso a este nivel de respuesta es directo. Se puede hacer a través de la interpretación del lenguaje no verbal, que acompaña los actos de habla, y del análisis de los elementos supra segmentales del discurso asertivo.⁶

Involucra la musculatura lisa, entendida genéricamente como las vísceras y argumentos internos. Está organizado principalmente por el sistema nervioso autónomo en sus expresiones parasimpáticas y simpáticas, cuyas funciones son incompatibles o antagónicas, de modo tal, que la operación de uno inhibe la acción el otro. Su carácter es preferentemente involuntario y opera por el principio de mantención de la homeostasis del sujeto con el medio. Es un sistema que informa acerca del estado interno del sujeto en relación con el contexto. Su expresión va a ser decisiva en el desarrollo y la aplicación del repertorio asertivo.

Por otra parte, también tiene que ver con estado de confort y seguridad asociado al placer, la protección y el equilibrio homeostático. En la perspectiva de la teoría del Apego, esta acción correspondería a la conducta exploratoria en el polvo del vínculo y que se refiere a la operación del sistema nervioso autónomo parasimpático asociado al placer, la seguridad y comodidad.

El organismo se encuentra en un estado de reposo, renovación y recuperación de sus recursos internos. De acuerdo con esta teoría, es en la forma en que transita el sujeto en el eje apego alejamiento y la disponibilidad de las figuras vinculares (sujetos significativos), donde se va a instalar la tonalidad emotiva básica que caracteriza la forma en el

⁶Por elementos supra segmentales se entiende aquellas condiciones adjuntas a la expresión verbal y que, por si mismo son capaces de aumentar la fuerza evolutiva.

que el sujeto organiza el mundo y se relaciona con este, y cuya expresión va a ser decisiva en el desarrollo y aplicación del desarrollo asertivo.

A.- Nivel de respuesta cognitivo, este es un nivel de organización abstracto y simbólico, por cuanto tiene que ver con las significaciones que atribuimos a los otros, al mundo y a sí mismo, a través de símbolos que conforman nuestro lenguaje. La función de este nivel de interrogación total del funcionamiento del sujeto, este no está representado por un sistema orgánico específico, sino que es la síntesis del funcionamiento global.

Está constituido por procesos medicionales, representaciones y esquemas cognitivos interpersonales que organizan un sentido e si mismo coherente, unitario y continuo en el tiempo. Así, la noción de uno mismo se genera a través de la reciprocidad experimental con los otros, donde el viene a constituirse en el medio y el fin que permite hacer consensuales las interpretaciones particulares del mundo.

Para aproximarnos a los aspectos aplicados que se desprenden de este nivel de respuesta cognitivos, utilizamos los conceptos desarrollados por John Searle y originalmente por John Austin en la lingüística pragmática, acerca de los actos de habla y sus niveles locutivos, ilocutivos y perlocutivo.

Esta propuesta nos permite abordar el análisis del discurso asertivo en cuanto su ordenamiento o estructuración morfosintáctica y finalmente el efecto del discurso sobre el otro hablante/efecto, ene le que se evalúa e interpreta la intención en el acto del habla, entonces como una proposición hecha por un hablante/oyente y que comprende los niveles locativos, elocutivos y perlocutivo, con el fin de producir una perturbación deseada en el otro.

Este modelo teórico de asertividad ha sido operacionalizado en trece variables, las cuales se refieren a los aspectos teóricos anteriormente señalados.

Cada una de ellas está definida tanto conceptual como instrumentalmente y son el referente de la construcción del Cuestionario de Asertividad Generativa. En este apunte solo se hará referencia de la definición conceptual como instrumentalmente y son el referente de la construcción del cuestionario de Asertividad Generativa.

En este apunte solo se hará referencia la definición conceptual de cada una de ellas.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

UNIDAD IV

Para el desarrollo del marco conceptual nos valimos de los siguientes conceptos bibliográficos que sustentan nuestro trabajo de investigación.

Cultura Organizacional: “se entiende por cultura organizacional los modos de pensar, creer y hacer cosas en el sistema, se encuentren o no formalizados. Estos modos sociales de acción están establecidos y son aplicados por los participantes mientras pertenecen a los grupos de trabajo, incluyendo formas de interacción comunicativa transmitidas y mantenidas en el grupo, tales como lenguajes propios del sistema, liderazgos internos o preferencias compartidas.

Encuesta: técnica de investigación cuantitativa, basada en las respuestas que ofrece una población específica sobre un tema establecido. Implica: combinar cuestionarios y sondeos de opinión, con el propósito de conocer algunas tendencias; limitarse a preguntas pre codificadas de un cuestionario.⁷

Entorno: es el lugar o terreno en el que la organización realiza su propia actividad.

Entrevista: técnica de investigación cualitativa, que se caracteriza por reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras (Taylor y Bogdan, 1.986, en Mendicoa G., 2.003, Pág. 125), y en relación con uno o varios temas de

⁷ (Mendicoa G., 2.003, Pág. 107).

interés para la investigación. La entrevista conforma algo mucho más profundo que un intercambio de palabras, ya que se caracteriza por ser más abierta que la encuesta.

Identidad de las Organizaciones: la identidad es el “ser” de una organización, su esencia. “Las organizaciones poseen una identidad definida como invariante en el sentido de que su transformación también implica la aparición de una nueva organización. Constituye definición de dicha identidad la enumeración de todo aquello que permita distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, todo aquello que si desaparece afecta decisivamente a la organización”.⁸ Involucra tres parámetros imprescindibles: la historia de la institución, el proyecto de organización y la cultura organizacional.

Imagen Institucional: es la imagen conceptual que una sociedad se representa mentalmente de una institución. Está configurada por todo el conjunto de actuaciones y mensajes que una institución emite a lo largo del tiempo.⁹

Imagen Interna (Endoimagen): la imagen interna de la organización, se refiere a la concepción global de la misma por parte del personal o de su público interno. Algunos autores (Luis A. Sanz de la Tajada, 1.994) consideran que cuanto más compartida sea dicha concepción más fuerte será la cultura corporativa; esto se debe a que los principios y valores de esta ejercen una notable influencia como condicionantes de la imagen a construir. Debe entenderse que esta síntesis interpretativa opera únicamente en los públicos internos y puede no coincidir con aquella que pertenece a los públicos externos sancionadas y unificadas, con objeto de satisfacer necesidades sociales básicas”.

⁸ (J. Etkin; L. Schvarstein, 1.989, pág. 156).

⁹ (J. Etkin; L. Schvarstein, 1.989, pág. 156).

Misión: es una declaración explícita del modo en el que la organización piensa satisfacer sus políticas estratégicas.

Planificación: proceso sistematizado, a través del cual es posible dar mayor eficiencia a una actividad a fin de alcanzar en un plazo mayor o menor el conjunto de metas establecidas.

Políticas estratégicas: es una imagen compartida por los miembros de la alta dirección de una organización sobre lo que quieren ser y cómo llegar a serlo. Expresa un propósito y una dirección.

Organizacional: es un conjunto de proposiciones que tiene una organización para orientar sus objetivos estratégicos de acuerdo con unos principios y a través de unas políticas de acción. Constituye un marco de referencia para que los miembros de la institución conozcan hacia dónde se dirige la misma, cuáles son los valores en los que cree, qué parámetros maneja para decidir en situaciones críticas, entre otras cosas.¹⁰

Percepciones de la comunicación organizacional: Redding y Sanborn definieron la comunicación organizacional como el envío y recibo de información dentro de una organización compleja. Su percepción del campo incluye la comunicación interna, las relaciones humanas, las relaciones entre administración y los trabajadores, las comunicaciones ascendente, descendente y horizontal, las habilidades de comunicación y la evaluación de los programas de comunicación.

Witkin y Stephens definen un sistema de comunicación organizacional como “aquellas interacciones e interdependencias entre subsistemas, a

¹⁰ J. H. Fichter -1.974. En Muriel y Rota, 1.980, pág. 37

través del acto de la comunicación, que sirven a los objetivos de la organización”.

Paradigma: Es evidente que la comunicación organizacional puede significar muchas cosas diferentes. A pesar de estos puntos de vista tan variados, hay algunas ideas comunes que pueden identificarse:

La comunicación organizacional ocurre dentro de un sistema abierto complejo, que está influenciado y a la vez tiene influencia sobre el ambiente externo.

La comunicación organizacional involucra mensajes, su flujo, función, dirección y canal.

La comunicación organizacional involucra personas, sus actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades.

Estas proposiciones forman parte del “paradigma de la comunicación organizacional”, el cual nos conduce a la definición para este concepto que se utiliza en este libro: la comunicación organizacional es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes. Esta percepción de la comunicación organizacional incluye cuatro conceptos básicos: mensajes, red, interdependencia y relación.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

UNIDAD V

El trabajo investigativo se fundamenta en la constitución de nuestra república en los artículos de la Inclusión y Equidad, la Comunicación Social, La Cultura y leyes que rigen al ejercicio profesional que a continuación se detallan.

La ley de Ejercicio Profesional del periodista promulgado en septiembre de 1975, una ley de Radiodifusión y Televisión expedida en abril de 1975, un Código de Ética del Periodistas Profesional, vigente desde 1980 y el Derecho Presidencial de noviembre de 1966, garantizado el ejercicio profesional de los graduados en Escuelas Universitarios de Ciencias de la Información. Desde 1966 hasta 1981 se dictaron en decretos, reglamentos y acuerdos ministeriales, en números de 12, aparte de las varias Constituciones Políticas en vigor, el Código Penal y la ley de Seguridad Nacional que fueron todos ellos la normativa complementarias que ha venido regulando la labor de los comunicadores sociales y de los medios de comunicación colectiva hasta estos días (Bejarano; 2009).

CAPÍTULO PRIMERO

Inclusión y equidad

Art. 340.-El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los

criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Art.340.- el sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articula al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema Nacional descentralizado de planificación participativa; se seguirá por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, intercultural, y no discriminación y funcionara bajos los criterios de calidad, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat, y vivienda, cultura, comunicación e informacion, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transparencia.

Art. 341.- El estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la constitución, en Particular la igualdad en la diversidad y no discriminación y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieren consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o discapacidad.

La protección integral funcionara a través de sistema especializado, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiaran por sus

principios específicos y los sistemas nacionales de inclusión y equidad social.

El sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia será el encargado de asegurar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescente. Serán parte del sistema las instituciones públicas, privadas y comunitarias.

SECCIÓN QUINTA

Cultura

Art. 377.-El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

SECCIÓN SÉPTIMA

Comunicación Social

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las Instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

SECCIÓN OCTAVA

Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales

Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al *sumak kausay*.

CAPÍTULO II

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN A UTILIZAR

En la presente investigación es necesario aplicar varios métodos como el descriptivo, ya que es necesario medir la forma en que los comuneros de Barcelona resuelven los conflictos.

Siendo preciso complementarla con el método de la observación para reflejar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural y social para después analizarlos sin la manipulación.

El método no experimental es conveniente aplicarlo ya que deseamos llegar a la causa del fenómeno más no a controlar la situación.

Y finalmente con el método histórico y lógico podré investigar los comportamientos humanos del pasado en un determinado tiempo y lugar.

Etapas a seguir del Método Científico

- Encuestas bien formuladas
- Comprometer a los encuestados con la experiencia para contestar las preguntas
- Obtener resultados lógicos de las encuestas
- Elaborar técnicas para verificar los resultados de las encuestas
- Verificar los resultados de las encuestas para comprobar su credibilidad
- Interpretar los resultados encuestados

Que es la Observación?

“La observación consiste en un examen crítico y cuidadoso de los fenómenos, notando y analizando los diferentes factores y circunstancias que parecen influenciarlos”.

Por lo que posemos establecer la problemática existente entre los socios y directivos de la comuna Barcelona en lo referente a la comunicación, es primordial la Observación previa para determinar la incidencia.

Para desarrollar este estudio es fundamental aplicar la recolección de datos y su procesamiento, sin olvidar las encuestas que serán organizadas de acuerdo a las circunstancias

Por el propósito:

Será aplicada, ya que en base a este tipo se resolverá la problemática de la desinformación de la comunicación.

Por el lugar:

Se realizara visitas de campo con el fin de familiarizarnos con los objetivos planteados.

Por la profundidad:

Utilizaremos también el nivel exploratorio, por cuanto utilizaremos investigaciones.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población o universo.

Es el conjunto de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe

tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

La Comuna Barcelona de la parroquia Manglaralto Tiene un total de 4.680 habitantes

Muestra

Para determinar la muestra se consideró a los pobladores de la comuna Barcelona, y se estratifico en: dirigentes, pobladores de la comuna para un total de 261 personas mayores de 18 años

Formula

$$n = \frac{N (p.q)}{(N-1) (e/k)^2 + p.q}$$

Simbología.

n = tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población o universo.

p= Posibilidades a favor que se cumpla la hipótesis.

q= Posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis

e = error admisible

k= 2

$$n = \frac{N (p.q)}{(N-1) (e/k)^2 + p.q}$$

$$n = \frac{720 (0,5 \cdot 0,5)}{(720 - 1) (0,05/2)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{180}{180}$$

$$n = \frac{180}{180}$$

$$n = \frac{0,44 + 0,25}{180}$$

$$n = \frac{0,69}{180}$$

m = 261 personas

FASES DE LA INVESTIGACIÓN

Para abordar soluciones a la problemática planteada se utilizaran las siguientes estrategias:

- Efectuar trabajos de observación en la comuna Barcelona.
- Aplicación de encuestas a las habitantes.

TECNICAS O INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN

Instrumentos de recopilación de datos.

Para recopilar la información se diseñó un cuestionario, que ayuda a la investigación sobre la incidencia de la comunicación organizacional de los habitantes de la comuna Barcelona.

Además, se aplicó la investigación bibliográfica – documental tanto de revista, revista, páginas web, que nos permitieron conocer más a fondo sobre el tema de investigación.

Se aplicó la encuesta para recopilar datos reales del problema en estudio, el mismo se realizó con los habitantes de la comuna Barcelona, aprovechando las reuniones del cabildo comunal, además, se observó de cerca el comportamiento organizacional dentro de la asamblea.

Luego de la encuesta tabulo y analizo los resultados, para luego graficarlo utilizando el programa Microsoft Excel.

Realizando este proceso se diseñó la propuesta de estrategias comunicacionales que permitirá incorporar a los habitantes de la comuna Barcelona, organizarse de manera integral y participativa.

TÉCNICAS O INSTRUMENTOS PARA LA UTILIZACIÓN DE DATOS

TÉCNICA

- Encuesta.
- Observación.
- Entrevista

INSTRUMENTOS

- Cuestionario
- Fotografías
- Datos Bibliográficos.

PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio empleó el siguiente procedimiento de investigación.

- Planteamiento del problema
- Recopilación de información bibliográfica
- Seleccionar los temas de investigación
- Elaborar el marco teórico
- Preparar los documentos para la recolección de datos
- Aplicar las encuestas para la recolección de información
- Análisis e interpretación de resultados
- Conclusiones y recomendaciones
- Elaboración de la propuesta

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se realizó una entrevista personal al presidente de la comuna con el propósito de captar opiniones acerca de los procesos comunicacionales en las comunas. Las entrevistas personales se puede definir como una entrevista cara a cara, en donde el entrevistador pregunta al entrevistado y este recibe de este las respuestas pertinentes a la hipótesis de la investigación. Además se pudo seleccionar habitantes de la comuna con buena disposición.

La investigación se realizó previo a un dialogo adecuado a los entrevistados, para que estos adquieren suficiente habilidad para contestar las preguntas; que conozcan el objetivo general del proyecto y la importancia de las estrategias comunicacionales en la organización comunal.

Se realizó la observación de forma directa para recopilar datos en el momento que se realizaba la asamblea de comuneros. Como cualquier técnica de recopilación de datos, la observación tiene ciertas ventajas.

Hay muchas áreas en las que la observación es un buen método, por ejemplo algunos grupos de habitantes de la comuna Barcelona que no pueden ser encuestados a través de un cuestionario, además, otros grupos humanos son difíciles de abordar por medio de encuestas. Otra ventaja de la observación es que se puede obtener informacion en el mismo momento en que estuvieron presentes los comuneros.

PROCESAMIENTO Y ANALISIS

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la informacion, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto mostrara la organización comunicacional de acuerdo a las concepciones que posee sobre estrategias comunicativas aplicadas en la comuna.

Con relación a la edad de las personas encuestadas, se aprecia que las edades comprendidas entre 18-70 años, donde se encuentra la mayor cantidad de personas, por cuanto dichos cargos son quienes guían a personas jóvenes que comienzan a integrarse y conocen el funcionamiento del proceso comunicativo en la comuna, por cuanto dispone de experiencias previas.

El proceso comunicacional está dirigido en gran parte por adultos mayores en Ecuador, y la comuna Barcelona de la Península de Santa Elena no escapa de este acontecimiento. No obstante el área de comunicación organizacional difiere un poco de las otras comunas.

Para procesar el resultado total de las encuestas en nuestra poblacional, se tomó como referente a sexo de los habitantes de la comuna Barcelona, para un total de los encuestados de 261 comuneros, de los cuales el 47% son mujeres y el 53% corresponden a los hombres, quienes con sus criterios bien orientados, permitió conocer de manera objetiva cómo se maneja la comunicación organizacional en la población, dentro de la asamblea comunal, tema de análisis que incidirá en el desarrollo socio-económico considerado en la propuesta.

PRESENTACIÓN DE DATOS EN GRÁFICOS ESTADÍSTICOS

1.- ¿El desarrollo integral de una comunidad requiere de una comunicación efectiva?

TABLA N°1

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	160	61
2	Ninguna importancia	84	32
3	Poca importancia	13	5
4	Importancia relativa	4	2
TOTAL		261	100

GRÁFICO N° 1



Fuente: Comuna Barcelona

Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

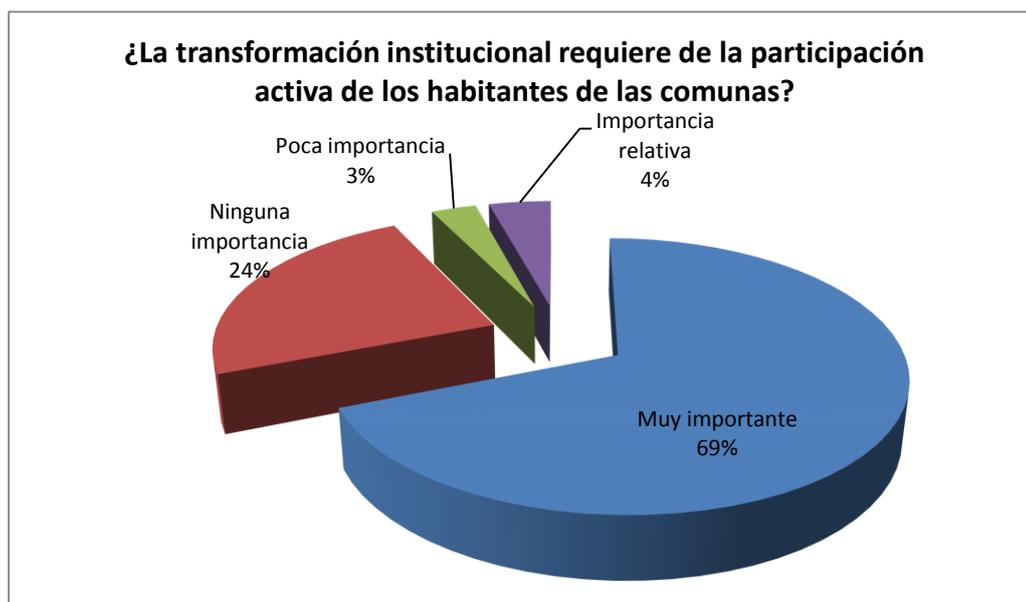
De los pobladores encuestados, el 61% consideran muy importante que para que haya desarrollo integral se requiere de una comunicación efectiva el 32% señaló ninguna importancia, para el poca importancia el 5% y la importancia relativa el 2%

2.- ¿La transformación institucional requiere de la participación activa de los habitantes de las comunas?

TABLA N°2

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	180	69
2	Ninguna importancia	62	24
3	Poca importancia	8	3
4	Importancia relativa	11	4
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°2



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

De los pobladores encuestados, el 67% marco sin comentario, mientras el 3% le dan poca importancia y el 24 % ninguna importancia pero su importancia relativa es de 4%.

3.- ¿La comunicación oportuna entre los habitantes logrará integrarlos en bien del desarrollo de la comunidad?

TABLA N°3

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	170	65
2	Ninguna importancia	76	29
3	Poca importancia	9	4
4	Importancia relativa	6	2
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°3



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

En la tercera pregunta nos refleja que un 65% de los encuestados nos responden en una de las opciones que es muy importante la comunicación entre los habitantes , le dan poca importancia el 4%, para ninguna importancia el 29% y para la importancia relativa le dan un 2%.

4.- ¿La comunicación oportuna entre los habitantes lograra integrarlos en bien del desarrollo de la comunidad?

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	173	66
2	Ninguna importancia	85	33
3	Poca importancia	3	1
4	Importancia relativa	0	0
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°4



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

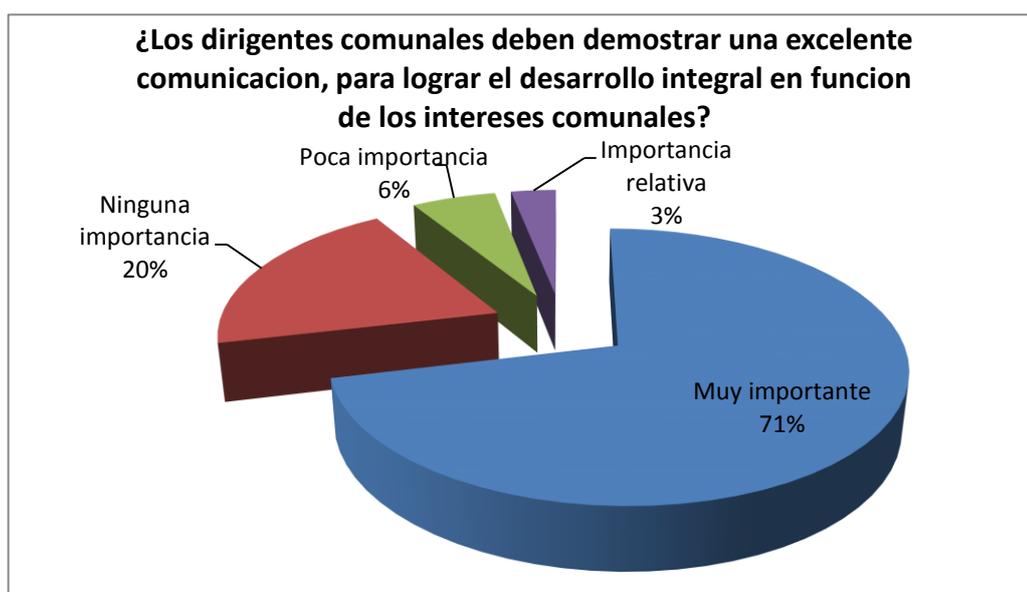
Existe un gran porcentaje que está completamente que considera el 66% considera muy importante la comunicación, en cambio el 1% considera poca importancia y el 33 % ninguna importancia y la importancia relativa un 0%.

5.- ¿Los dirigentes comunales deben demostrar una excelente comunicación, para lograr el desarrollo integral en función de los intereses comunales?

TABLA N°5

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	186	71
2	Ninguna importancia	52	20
3	Poca importancia	15	6
4	Importancia relativa	8	3
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°5



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

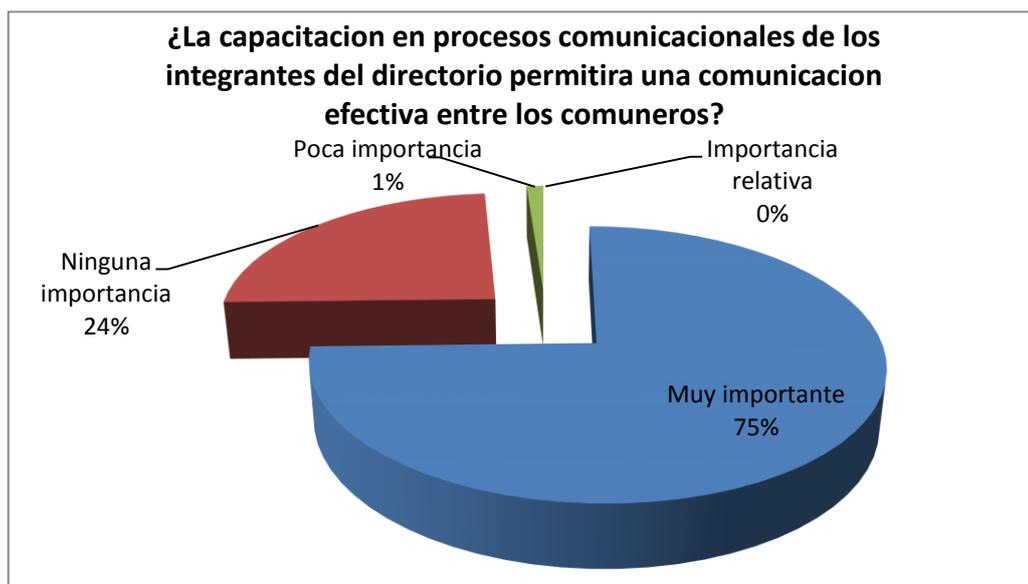
En las encuestas realizadas a los comuneros de Barcelona donde expresan que un 71% de los encuestados responde que es muy importante que los dirigentes comunales deben demostrar una excelente comunicación, en cambio el 6% le da poca importancia, el 20% no le da ninguna importancia, y la importancia relativa es de 3%.

6.- ¿La capacitación en procesos comunicacionales de los integrantes del directorio permitirá una comunicación efectiva entre los comuneros?

TABLA N°5

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	194	75
2	Ninguna importancia	63	24
3	Poca importancia	3	1
4	Importancia relativa	0	0
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°6



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

Para los comuneros de Barcelona la el 75% de ellos dicen que es muy importante la capacitación en comunicación permitirá una comunicación efectiva entre los habitantes de la comuna, le dan poca importancia el 1%, el 24% no le dan ninguna importancia y el 0% de importancia relativa.

7- ¿Los miembros del directorio deben realizarse actividades participativas y comunicativas con los socios de la comuna?

TABLA N°7

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	205	78
2	Ninguna importancia	34	13
3	Poca importancia	15	6
4	Importancia relativa	7	3
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°7



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

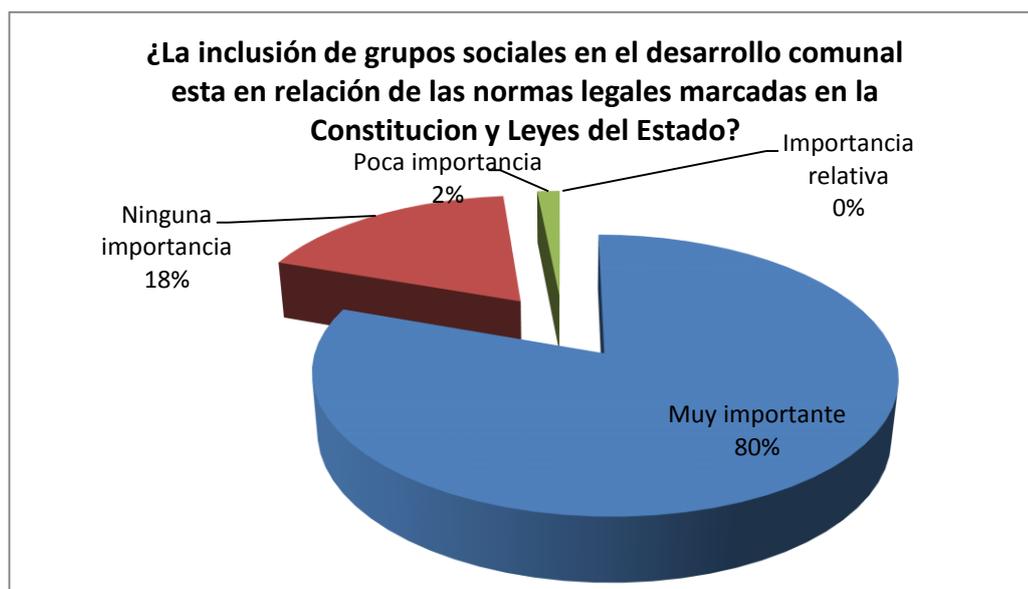
Existe un gran porcentaje considera muy importante que el 78% de los comuneros consideran que se deben realizar idades participativas con los socios, en cambio el 6% le dan poca importancia y, el 13% no le dan ninguna importancia.

8.- ¿La inclusión de grupos sociales en el desarrollo comunal está en relación de las normas marcadas en la constitución y leyes del Estado?

TABLA N°8

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	210	80
2	Ninguna importancia	47	18
3	Poca importancia	4	2
4	Importancia relativa	0	0
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°8



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

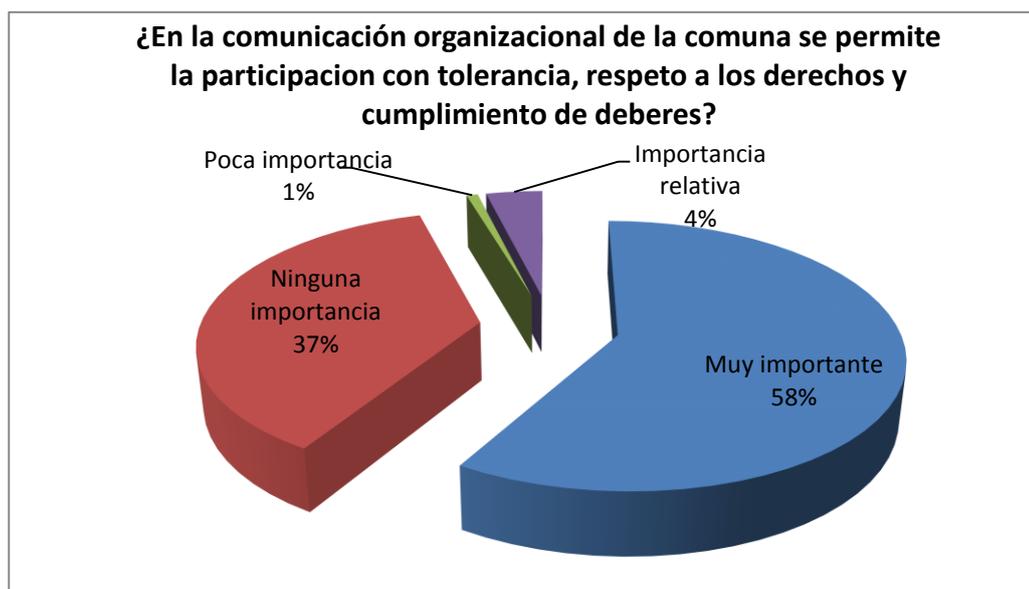
El 80% de los comuneros de Barcelona consideran muy importante la inclusión de sociales, poca importancia el 2% y ninguna importancia el 18% y 0% para la importancia relativa.

9.- ¿En la comunicación organizacional de la comuna se permite la participación con tolerancia, respeto a los derechos y cumplimiento de deberes?

TABLA N°9

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	153	58
2	Ninguna importancia	96	37
3	Poca importancia	2	1
4	Importancia relativa	10	4
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°9



Fuente: Comuna Barcelona

Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

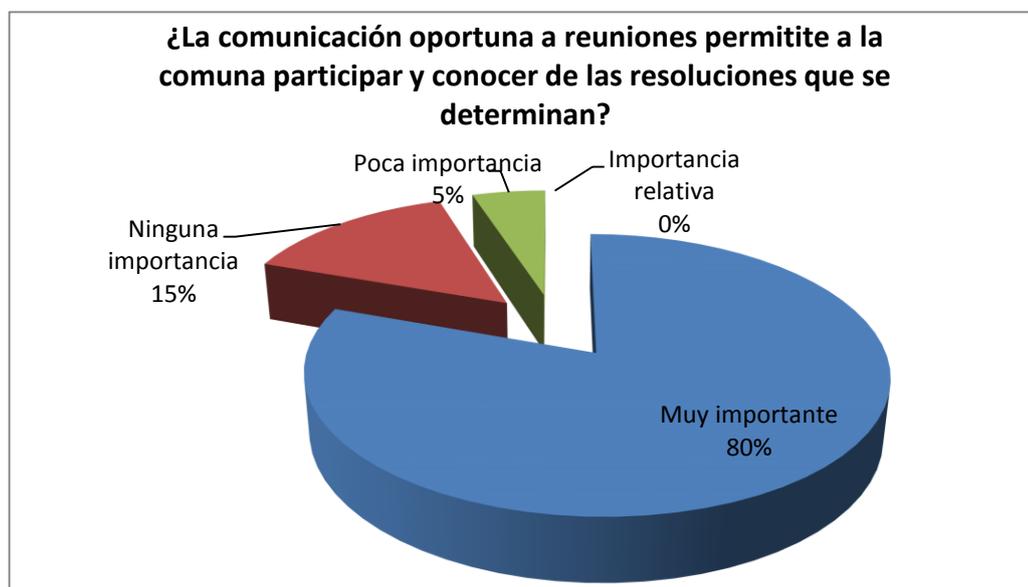
El 58% de los encuestados consideran muy importante que la comunicación organizacional permita la participación con tolerancia, respeto a los derechos y cumplimiento de deberes, en cambio le dan 1% poca importancia, el 37% no le dan ninguna importancia y el 4% le dan una importancia relativa.

10.- ¿La comunicación oportuna a reuniones permite a la comuna participar y conocer de las resoluciones que se determinen?

TABLA N°10

ITEM	VALORACIÓN	f	%
1	Muy importante	153	58
2	Ninguna importancia	96	37
3	Poca importancia	2	1
4	Importancia relativa	10	4
TOTAL		261	100

GRÁFICO N°10



Fuente: Comuna Barcelona
Autor: Faviola Janina Arias Gonzabay

El 80 % de los encuestados consideran muy importante que la comunicación oportuna a reuniones permitirá a la comuna a participar y conocer de resoluciones, en cambio el 5 %le da poca importancia, el 15%no le da ninguna importancia y el 0% le da la importancia relativa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- El desarrollo de los procesos comunicacionales demanda de que los dirigentes comunales busquen las mejores estrategias para desarrollar un plan comunicacional, es decir que involucra a la población indecisa en participar para el engrandecimiento de la comuna.
- Que los dirigentes están conscientes en que todo cambio debe iniciar considerando la experiencia de los adultos mayores, para luego darles orientación hasta incluir a toda la población.
- Que la capacitación permanente de los comuneros en metodología comunicacionales activas, para lograr integrar al habitante de la comuna Barcelona, de manera que mejore el desarrollo socio económico del sector.
- Que es muy importante que la comuna cuente con guías de capacitación en estrategias comunicacionales adecuadas para el desarrollo productivo y organizativo de la Península de Santa Elena.
- Que ante la falta de una comunicación organizacional que motiven al habitante de la comuna, se mantengan involucrado permanentemente a los comuneros hasta lograr fortalecer al sector.
- La falta de comunicación dentro de la organización entre sus socios y dirigentes de la comuna Barcelona Parroquia Manglaralto detienen el desarrollo de la comuna.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones este trabajo investigado son:

- 1.-Desarrollar procesos comunicativos considerando los ámbitos y niveles que se dan dentro del sistema organizacional.
- 2.-Definir responsabilidades y roles de los integrantes de la comuna, que les permita trabajar eficientemente en un ambiente de comunicación fluida entre socios y dirigentes.
- 3.-Dinamizar la comunicación que anime a participar en el desarrollo de acciones individuales y colectivas, integrado esfuerzo y comprometiendo voluntades para que se fortalezcan la organización comunal.
- 4.-Deliberar armoniosamente opiniones, para lograr consensos y respetar resoluciones, encaminadas al desarrollo comunal.
- 5.-Aplicar conjuntamente con el plan de acción comunal el manual de comunicación organizacional, para conseguir que los integrantes de la comuna participen en el desarrollo comunicacional y obtener mejoras para la comuna Barcelona.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA CAPACITAR A COMUNEROS DE BARCELONA.

JUSTIFICACIÓN

Se justifica la ejecución de la propuesta ante la necesidad de motivar y orientar a los habitantes de la comuna Barcelona, en procesos comunicativos mediante el desarrollo y afianzamiento de las estructuras de la organización social a la que pertenecen, para dar a conocer las necesidades imperiosa, de tal manera que reciban la atención oportuna hasta lograr que las personas puedan integrarse en el desarrollo sociocultural y, también, después de haberse incluido, ser capaces de continuar participando a lo largo de toda sus vida.

Por otra parte, es importante señalar que en proceso de aplicación del manual de comunicación organizacional, no se trata de que los habitantes tengan que aceptar imposiciones en la ejecución de planes de desarrollo comunal, sino de involucrarse en un proceso dinámico de conocimiento de necesidades comunes, para que desarrollo procesos comunicacionales, que den solución a problemas de la comuna, tomando como referentes consensos y razonamiento lógicos en las diferentes reuniones de trabajo que se desarrollen.

La propuesta pretende responder a las nuevas demandas que la actual sociedad de la informacion y del conocimiento dirigida a la comunidad, distinta de las tradiciones y más relacionadas con la vida cotidiana de los

habitantes de la comuna y con el desarrollo productivo, de tal manera que sea realmente útiles para lograr los objetivos comunes.

Diagnóstico

En las últimas décadas se han dedicados pocos esfuerzos a delimitar el problema comunicacional en las comunas. Es importante señalar que no siempre la comunicación ha brindado los resultados esperados, de modo que ha sido notorio la dispersión de la información, todavía permanecen en la actualidad este problema, tanto en lo que atañe al dirigente comunal, como a las bases.

Sin embargo, esta inconsistencia responde casi siempre a las exigencias de las distintas etapas socio históricas por lo que ha discurrido el desarrollo de una determinada comunicación sin consensos, en nuestro caso, un área de conocimiento oportuno se ha descuidado en las diferentes vertientes que a través de la historia de la comunicación social han sucedido.

De la misma forma que las décadas pasadas la comunicación organizacional ha transcurrido de la era de la imposición a la de los consensos y resoluciones, pasando posteriormente por entender que se trataba de una línea del comportamiento humano y que en la actualidad participa con claridad de los conocimientos aportados por los diferentes grupos sociales con enfoques dentro de la psicología cognitiva y cultural con claros nexos ecológicos y contextuales, necesarios para poder comprender en profundidad el echo comunicativo y sus relaciones con la base de la comuna, desde diferentes ámbitos de la participación e integración consiente y desde el ángulo marcadamente interaccionistas.

El diagnóstico realizado tiene por objeto clasificar las diferentes aportaciones con las que la comunicación organizacional se involucra a los procesos organizativos, formales y de comportamiento.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

La transmisión e intercambio de información en el campo de la comunicación organizacional muestra un aceptable adelanto con respecto a las comunidades rurales, en las áreas de una organización que necesitan compartir, la misma que se necesita fortalecer para mejorar los procesos organizativos para el desarrollo .

Filosófica: Es un saber complejo sobre el mundo en relación con el hombre. Esa relación es al mismo tiempo cognoscitiva, valorativa, práctica y comunicativa, en su síntesis. Pero debe subrayarse que en el saber filosófico el cognoscitivo y lo valorativo, se integran en una unidad insoluble; pues al hombre no solo le interesa que son las cosas, sino para que sirven. El hombre constantemente está emitiendo juicios valorativos, a partir de su visión crítica de la realidad

La filosofía no constituye un corpus de pensamiento e ideas, exclusivo, independiente y distinto de los restantes saberes, sino una actividad crítico-reflexiva de naturaleza cosmovisiva sobre aquellos momentos esenciales de los distintos ámbitos de la vida humana en relación con el universo, incluyendo así, las eternas preguntas sobre los límites del conocimiento, el sentido de la vida, la formación humana, sentido de la existencia, la muerte de los problemas de la ciencia, de la vida cotidiana, etc. Por eso planeta más preguntas que respuestas. .

Existe, además, el criterio que la filosofía es una reflexión de segundo orden de la realidad, que se realiza sobre la base del primer orden hecha por otros saberes.

En sentido, la filosofía sería conciencia crítica que evalúa sus presupuestos, conceptos, paradigmas, métodos, etc.

Cognoscitiva o de concepción del mundo: Es una concepción de máxima generación, porque trata al hombre en relación con el mundo. Aborda los eternos problemas del mundo y del hombre, su origen desarrollo, el sentido de la vida, cognosibilidad del universo, infinitud, la razón de existencia del hombre, la vida, la muerte, etc.

Metodología: Se caracteriza por ser un método general (universal) del saber, es un modo particular de valorar la realidad en correspondencia con la práctica social. Ejemplos de métodos filosóficos: Ascensión de lo abstracto a lo concreto, lógico, histórico, dialectico, fenomenológico, hermenéutico, cultural, antropológico, cualitativo, analítico, inductivo-deductivo, y el método complejo, entre otros.

Axiológica: posee un enfoque general para valorar la realidad desde el prisma de sus necesidades e intereses, a partir del significado que tiene para el ser humano.

Practica: A pesar de ser filosófica una concepción general del mundo en relación con el hombre, o precisamente por esto mismo, permite explicar cómo el devenir humano es un proceso infinito de materialización y espiritualización de la realidad, a través de la praxis, que es la que posibilita que lo ideal y lo material se conviertan recíprocamente.

Heurística: Por su función general explicativa, sin intentar dar fe y razón de todo, sino provocarlo.

Cultural: Porque aprende la realidad a partir del hombre y la actividad humana, concretada en la cultura. Por eso un análisis cultural de alto vuelo es filosófico, por antonomasia.

Educativa: En medida que se despierta el interés por la sabiduría, la búsqueda y la creación humana. Enseña, que el método de construcción

de conocimiento y revelación de valores es un camino cierto e incierto que adviene y deviene de la propia lógica de la realidad que se investiga.

Psicológica: Las necesidades de la formación del hombre nuevo son esenciales y prioritarias en la sociedad de cualquier país de lograr y operar cambios cualitativos en el funcionamiento y desarrollo de las estructuras organizacionales de las instituciones. Estas necesidades condicionan el encargo social que la sociedad contemporánea hace: preparar al hombre para la vida, con el modelo del hombre que desea formar.

La enseñanza, formación y desarrollo de la habilidad comunicativa básica de comprensión, en cualquier país, es tema de gran actualidad y ocupa una de las principales líneas de investigación de psicólogos, pedagogos y otras especialidades implicadas en la tarea de la innovación a fin de lograr una enseñanza desarrolladora que permita a los hombres y mujeres hacer uso de todas sus potencialidades de prepararse para la vida.

Los fundamentos psicológicos y lingüísticos que aquí presentamos se derivan de la investigación titulada Modelo Teórico sistemático estructural-funcional de la enseñanza sistemático-comunicativa para el desarrollo de la habilidad de comprensión tiene como fundamento teórico - metodológico general de la teoría de la actividad verbal; las teorías lingüísticas que promueven el proceso de socialización está en la forma de relacionarse entre los individuos.

Sociología: Tomando como antecedentes la historia de la investigación en comunidad. Los precursores de la comunicación: Charles Cooley, John Dewey y Herbert Mead sostienen.

El primer legado es de hacer énfasis en la interacción social, en la descripción y en las relaciones interpersonales, ya que los investigadores

proponen un proceso científico. La investigación en comunicación se ha podido beneficiar de los aportes de la sociología aplicada. Es decir, la función entre investigación teórica e investigación aplicada, ya que crea una base muy útil para el futuro de las ciencias de la comunicación.

Charles Cooley: Interaccionismo simbólico, teoría del ser social (opinión pública, yo interactuando) A este precursor se le debe el interaccionismo simbólico y es fundador de la corriente del pensamiento o también conocido como análisis moderno (1910).

La opinión pública no es un simple conglomerado de conclusiones del individuo, sino que es una organización, un producto cooperativo y una influencia recíproca.

La educación Multicultural: surge, entre otras cosas una respuesta de la diversidad identitariocultural ante las tendencias homogeneizante de signo conservador que predominan en muchos medios de comunicación y en determinados sistemas educativos hegemónicos en el contexto del proceso de globalización neoliberal que vive el mundo de hoy.

Es decir, el respeto por el otro y el aprovechamiento del caudal cultural de la otredad diversa de la muestra, sobre una base balanceada y de reafirmación dialéctica de nuestros propios preceptos identitarios, así como en igual consideración al sello particular con que cada cultura, individuo o grupo, expresa su manera de concebir la universalidad del género humano y de la sociedad en su conjunto, al abordar las más diversas formas de la actividad y la expresión comunicativa de sus etnos particulares.

La sociedad y el sistema educativo en particular, la Educación Multicultural también tienen hoy una amplia aplicación en lo que se denomina enfoque inter- multi y tras disciplinario para la solución de

problemas de comunicación e interacción cognoscitiva y , por lo tanto cultural, a partir de la contribución, préstamos y simbiosis entre diversas ramas del saber, sectores o grupo sociales, laborables, estudiantiles, científico e intelectuales, de acuerdo con sus propias formas de expresar en el discurso la visión particular que poseen al abordar fenómenos de la realidad objetiva y subjetiva, en sus contenidos , métodos y medios particulares.

Tal respeto por la diversidad, por la polifuncionalidad o, que es igual, el pleno aprovechamiento multidisciplinario de la multiculturalidad funcional e institucional.

Legal

En el presente trabajo vamos a exponer la particular situación que se da en el Ecuador.

Aquí se encuentra en curso la discusión de una Ley de Comunicación que, desde su puesta en discusión por parte del gobierno de Rafael Correa, ha despertado y provocado discusiones divergentes entre quienes apoyan la propuesta de implementar, a partir de la ley, políticas públicas encaminada a democratizar las comunicaciones y quienes se oponen a ella en tanto consideran una amenaza para la democracia y la libertad de expresión.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General

Elaborar un manual comunicacional para capacitar a los habitantes de la comuna Barcelona.

Objetivos Específicos

- Reconocer situaciones susceptibles de ser formuladas en términos comunicacionales, utilizar diferentes estrategias para abordarlas y analizar los resultados utilizando recursos más apropiados.
- Planear situaciones de su medio habitual para cuya comprensión o tratamiento se requieren estrategias comunicacionales, formuladas mediante diálogos o consensos utilizando el manual comunicacional.
- Valorar la importancia de las estrategias comunicacionales en la vida cotidiana, disfrutar con su aplicación, ya valoradas actitudes como la explotación de distintas alternativas de comunicación en la búsqueda de soluciones.
- Conocer, valorar y adquirir seguridad en las estrategias comunicacionales para el desarrollo socio económico del sector, que permitan la participación activa de los miembros.

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

El proyecto de investigación es factible realizarlo, puesto que cuenta con la investigación necesaria, además del apoyo de la comunidad, se incluye varios elementos para desarrollar la comunicación organizacional que son: la formación de actitudes; propiciar una satisfacción y participación por el planteamiento y resolución de actitudes conjuntas, necesarias para continuar el desarrollo de la comuna..

Financiera

Los recursos para la utilización el diseño del manual y realizar los talleres de Comunicación Organizacional estará financiado por:

- La comunidad de Barcelona
- Junta Parroquial de Manglaralto

PRESUPUESTO		
DISEÑO DEL MANUAL	CANT	VALOR
DISEÑADOR GRÁFICO	1	350
REDACTOR	1	100
RECURSOS HUMANOS	CANT	VALOR
TALLERES	10	
CAPACITADORES	2	2.000
COORDINADOR COMUNAL	1	500
INFOCUS	1	600
CÁMARA FOTOGRÁFICA	1	200
PAPELERIA	CANT	VALOR
PLUMAS	100	10
RESMAS DE PAPEL	100	35
PEPLÓGRAFOS	10	25
MARCADORES	20	10
MANUAL DE COMUNICACIÓN	100	800
TOTAL DE GASTOS		4.630

Legal

Considera el aporte legal de la Constitución de la Republica .garantiza la efectividad de la propuesta, en razón que el marco legal orientara a la comunidad de lo relacionado a la organización y comunicación, dentro de un plan de desarrollo socio económico y productivo.

Técnica

El manual contara con los medios informáticos necesarios acorde al desarrollo tecnológico del presente siglo, tendrá un lenguaje de fácil interpretación para los miembros de la comuna Barcelona del Cantón Santa Elena.

Política

Para abordar el tema de la comunicación organizacional, es necesario comenzar a reconocer conscientemente las formas de comunicación, en la que participamos cotidianamente de manera natural y espontánea.

Las actitudes, las acciones estructuradas, todo cuanto hacemos y dejamos de hacer comunicar lo que pensamos, queremos y en definitiva quienes somos.

Todo comportamiento es de forma de comunicación. Como no existe una forma contraria al comportamiento, tampoco existe la no comunicación. Por eso, en todos los ámbitos de la vida personal y social es imposible no comunicar.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Este manual es una recopilación de conceptos y herramientas para instruir y evaluar referentes a la importancia de la comunicación Organizacional.

El manual resume pasos importantes sobre las estrategias de comunicación, de manera sencilla y eficaz, para que los capacitadores o quienes apliquen sus uso, combinen entre las necesidades de los participantes y lo que se desea ofrecer.

Enfoque del manual

El manual de Comunicación Organizacional está enfocado en la capacitación para adultos. Para que los conocimientos referentes a la atención a necesidades.

Aplicamos lo aprendido de manera más fácil si lo que se aborda en un taller trata los problemas que son de nuestro interés.

La participación

Todo proceso de capacitación se debe involucrar la participación y aumentar la motivación, por lo cual el manual está diseñado para facilitar la participación y visualizar de manera sencilla los contenidos.

Los temas que enfoca el manual se han organizado en contenidos importantes para llevar una buena comunicación, tanto dentro de la organización, como desde la organización hacia afuera:

1.- Comunicación e información

- Comunicación, información y poder
- Dirección de la comunicación

2.- Estrategias de comunicación

- Importancia de los proyectos y planes en la organización

3.-Con quienes nos vamos a comunicar

- Comunicación interna, con los integrantes de la organización
- Comunicación con otras organizaciones e instituciones
- Comunicación dirigida a la opinión pública
- Relación de los medios con la comunicación masiva.
- Planes de comunicación para lograr visibilidad pública.
- Importancia de los proyectos y planes en la organización.

IMPACTO

El manual de comunicación Organizacional para su aplicación en los comuneros de Barcelona, mediante talleres, se financiara con recurso personal, de la comuna Barcelona y el apoyo de la junta Parroquial de Manglaralto, el mismo estará dirigido a líderes, lideresas y miembros de la organización de la comunidad en que oriento la investigación.

Durante el desarrollo de los talleres, los participantes deliberaran porque es importante el rol de la comunicación para el desarrollo de las comunidades ya que la palabra es un arma letal que utilizada de manera correcta trae desarrollo, si es mal utilizada trae atraso, de manera que este espacio se aprovechara para intercambiar ideas y fortalecer potencialidades de la organización.

Cabe precisar que el manual, es una importante estrategias de comunicación, al igual que los medios de comunicación alternativos, trípticos, talleres, seminarios, carteles etc.

Con uso del manual se provocara novedad en la comunicación alternativa o comunitaria, recurrir a este tipo de guías didácticas en los talleres facilitara la comprensión de lo que se desea mejorar y además se crean las condiciones para la aplicación de una comunicación efectiva, y

promover los espacios de comunicación para que este se encaminen ser parte de la cultura de las comunidades

Con esta aplicación, la comunidad tiene la opción de determinar la implementación de espacios de comunicación, entendiéndose como un lugar donde las autoridades, líderes y población en general se reúnan para intercambiar experiencias, compartir mensajes, tomar decisiones y resolver situaciones a enfrentar.

La idea es que más adelante se implementen módulos informativos, como instrumento de comunicación para facilitar el espacio de información de la autoridad y sus líderes hacia la comunidad en general.

La condición es, que los materiales y los manejos de desarrollo sean generados por ellos y para sin condicionamiento político, ni creencias religiosas que distingan a unos de otros.

BIBLIOGRAFÍA

- GUTIÉRREZ, S. (1996). «Comunicación organizacional: ¿Y los receptores?»
- LEÓN, G. (2005). «Institucionalización del campo académico de la comunicación en Universidad Autónoma de Barcelona.
- FUENTES, R. (2004). «La documentación académica y la producción de conocimiento en Ciencias de la Comunicación». Ponencia presentada en el VII Congreso de la ALAIC de 2004. Buenos Aires, Argentina
- BONILLA, C. (2006). *Comunicación integral, respuesta a la crisis*.
- BARTOLÍ, A. (1992). *Comunicación y organización. comunicación organizada*. México: Paidós.
- Universidad Autónoma de Barcelona. (2005a). «Ejercicios de lectura crítica no androcéntrica aplicados al texto académico de la comunicación».
- *Revista Internacional de Comunicación*. Universidad de Sevilla, España, p. 309-330.
- Constitución de la República del Ecuador (2008)
- Annie Bartoli, Abraham Nosnik, María Isabel León, Alberto Martínez de Velazco
- COMPORTAMIENTO HUMANO. Keith Davis, John W. Newstrom , Octava edición
- [h/www.carlompina.com/article Detail.asp?categoryld=24609](http://www.carlompina.com/article%20Detail.asp?categoryld=24609)
- J.H.FICHER(1974)

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de la encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL “PENINSULA DE SANTA ELENA”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENCUESTA

OBJETIVO: Recopilar información de los comuneros de Barcelona para procesar resultados que permitan conocer los socios manejan la comunicación.

1	Muy importante
2	Ninguna importancia
3	Poca importancia
4	Importancia relativa

Establecer la importancia de cada aspecto seleccionando con círculo una de las puntuaciones situadas a la derecha según su criterio.

En la tabla situada arriba se especifica a que comentario corresponde cada número.

Cuestión				
1.- ¿El desarrollo integral de una comunidad requiere de una comunicación efectiva?	1	2	3	4
2.- ¿La transformación institucional requiere de la participación activa de los habitantes de las comunas?	1	2	3	4
3.- ¿La comunicación oportuna entre los habitantes logrará integrarlos en bien del desarrollo de la comunidad?	1	2	3	4
4.- ¿La comunicación oportuna entre los habitantes logrará integrarlos en bien del desarrollo de la comunidad?	1	2	3	4
5.- ¿Los dirigentes comunales deben demostrar una excelente comunicación, para lograr el desarrollo integral en función de los intereses comunales?	1	2	3	4
6.- ¿La capacitación en procesos comunicacionales de los integrantes del directorio permitirá una comunicación efectiva entre los comuneros?	1	2	3	4
7.- ¿Los miembros del directorio deben realizarse actividades participativas y comunicativas con los socios de la comuna?	1	2	3	4
8.- ¿La inclusión de grupos sociales en el desarrollo comunal está en relación de las normas marcadas en la constitución y leyes del Estado?	1	2	3	4
9.- ¿En la comunicación organizacional de la comuna se permite la participación con tolerancia, respeto a los derechos y cumplimiento de deberes?	1	2	3	4
10.- ¿La comunicación oportuna a reuniones permite a la comuna participar y conocer de las resoluciones que se determinan?	1	2	3	4

